

# **Treball de Fi de Grau**

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Autoria:**

**Professorat  
tutor:**

**Curs:**

**Grau:**

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**



***Producció d'una revista en llengua catalana  
sobre videojocs i entreteniment digital***



**Roger Mitats Vallvé**

**2019**

# ÍNDEX

<u>1. Introducció i motivació del treball</u>	<u>3</u>
<u>2. Metodologia</u>	<u>5</u>
<u>3. Marc Teòric</u>	<u>6</u>
<u>3.1 El concepte de videojoc</u>	<u>6</u>
<u>3.2 Situació de la indústria catalana del videojoc</u>	<u>8</u>
<u>3.3 La situació del català als videojocs</u>	<u>11</u>
<u>3.4 La revista com a suport periodístic</u>	<u>12</u>
<u>3.5 Model de negoci</u>	<u>15</u>
<u>3.6 El periodisme en l'àmbit dels videojocs</u>	<u>17</u>
<u>4. Disseny empresarial</u>	<u>20</u>
<u>4.1 Dades bàsiques de l'empresa</u>	<u>20</u>
<u>4.2 Descripció de la idea i oportunitat de negoci</u>	<u>20</u>
<u>4.2.1 Nom de marca</u>	<u>21</u>
<u>4.2.2 Eslògan</u>	<u>21</u>
<u>4.2.3 Logotip i imagotip</u>	<u>22</u>
<u>4.2.4 Missió, visió i valors</u>	<u>22</u>
<u>4.3 Pla de màrqueting</u>	<u>23</u>
<u>4.3.1 Productes i serveis</u>	<u>23</u>
<u>4.3.2 Política de preus</u>	<u>27</u>
<u>4.3.3 Política de comunicació</u>	<u>31</u>



4.3.4 Política de distribució	34
4.4 Cicle de producció	35
4.5 Ingressos i despeses	38
4.6 Organització i recursos humans	40
5. Anàlisi de mercat	42
5.1 Definició de públic objectiu	42
5.2 Anunciants	46
5.3 Precedents i competència	49
6. Procés de treball i aprenentatge	52
7. Conclusions	59
8. Bibliografia	60
9. Annexos	62
9.1 Annex A – Empreses catalanes de videojocs	62
9.2 Annex B – Centres catalans que ofereixen formació en videojocs	67
9.3 Annex C – Números sencers de la revista	68

## 1. INTRODUCCIÓ I MOTIVACIÓ DEL TREBALL

Aquest projecte neix de la combinació d'una aposta periodística personal que inicialment no havia de tenir objectius professionals amb una visió d'oportunitat tant a nivell conceptual com de mercat. Pot semblar estrany que a ple 2019 es pugui plantejar emprendre una iniciativa professional basada en una revista en paper, un format que ja es considerava en decadència quan jo encara anava a l'escola. Fins i tot es pot considerar una bogeria tenint en compte que l'àmbit de la tecnologia i els videojocs és un dels més intrusius i precaris de la professió.

No obstant això, el que va començar com una tossuderia, conscient d'anar a contracorrent dels estàndards de viabilitat actuals i més vinculat a preferències personals que es plasmarien en una simple afició sense més recorregut, ha desembocat en la cada vegada més difícil troballa d'un espai desatès dins del periodisme que tingui un potencial de mercat realista.

Quan anava a l'escola, cada divendres visitava el quiosc del costat per veure quines revistes sobre videojocs hi havia. M'hi estava una bona estona fullejant-les gràcies a la confiança del propietari i sovintment els meus pares me'n compraven una. L'afició pels videojocs s'ha mantingut fins ara i va ser el primer que vaig unir a la meua vocació periodística. He estat escrivint sobre videojocs des de ja fa uns anys a diverses pàgines web, sempre com una afició i sense expectatives de professionalització.

Un dia qualsevol, sota un estat de nostàlgia, vaig recordar aquells divendres i de sobte vaig adonar-me que totes les revistes que fullejava eren en castellà, fins i tot hi havia alguna en anglès. No n'havia llegit mai cap en català! De seguida, vaig investigar sense èxit si n'existia alguna, però vaig fer un descobriment molt més important; un videojoc disponible en llengua catalana. Com podia ser que no el conegués ni ningú me n'hagués dit res?

Òbviament, la raó era que no hi havia ningú que en parlés, ni molt menys els mitjans de comunicació. Sabia que hi havia hagut diverses campanyes per demanar la traducció de diversos videojocs al català, però mai havia vist ressò d'aquest videojoc. Es vol construir la casa per la teulada, vaig dir en veu alta. Per jugar a videojocs en

català, cal parlar en català de videojocs. És aleshores quan, sota aquest eslògan, vaig decidir, no només emprendre un projecte basat en una revista en català sobre videojocs, sinó enfocar-la a la indústria catalana i el contingut de proximitat. Estava i estic segur que hi ha moltes més persones amb aquesta mateixa inquietud.

Així doncs, la meva aposta té dues vessants. Per una banda, fruit d'una motivació personal que considero que es pot extrapolar a més persones, escollir el format de la revista en paper. Tot i això, en cap cas seria una limitació, sinó la base i el punt de partida d'una probable diversificació de suports a mesura que es desenvolupés el projecte. Per altra banda, sota un criteri periodístic, la localització que defensaré en aquest treball d'una mancança informativa d'un àmbit amb un nínxol de públic desatès i una potencial demanda.

## 2. METODOLOGIA

El treball comptarà amb un marc teòric que fonamentarà una part pràctica i experimental i s'estructurarà en tres blocs principals. En primer lloc, un anàlisi de diversos factors que afecten la viabilitat del projecte i condicionen el seu desenvolupament, com ara l'estat de salut de la revista en paper com a suport periodístic, la tendència de model de negoci del periodisme i la situació de la indústria catalana del videojoc. És important conèixer prèviament l'entorn i el context en el que es mou un projecte, no només per comprovar la seva potencial viabilitat conceptual i de mercat, sinó també per prendre decisions a mesura que es dissenya o desenvolupa el projecte. En segon lloc, es recrearà un pla de caràcter empresarial que es pugui aplicar al projecte, amb un desenvolupament de la idea i definició del producte, anàlisi de mercat, estratègies de màrqueting, previsió d'ingressos i despeses, etc.

Finalment, es mostrarà una prova experimental tangible del projecte, realitzada entre desembre de 2018 i abril de 2019 que ha resultat en la publicació i comercialització de tres números de la revista, incloent una cronologia explicativa de la seva producció i resultats. Cal destacar que aquesta mostra s'ha dut a terme sota un nom diferent i amb la col·laboració d'un portal ja existent en el qual hi col·laboro des d'abans de l'inici d'aquest treball (*El Tecnològic*), permetent-me utilitzar el nom de marca i la seva pàgina web per aspectes de logística i posada en marxa (*La Revista d'El Tecnològic*). No obstant això, la producció d'aquesta mostra ha estat realitzada i dirigida per mi com a projecte independent. Així doncs, s'utilitzaran continguts d'aquesta mostra com a fonament empíric a l'hora de definir aspectes del projecte d'aquest treball, realitzat des de la perspectiva d'una nova marca que es desenvoluparà dins del pla d'empresa.

Per tancar el treball, s'extrauran un seguit de conclusions generals derivades de les anàlisis realitzades i les experiències viscudes durant la producció de la mostra experimental, inclosa en la seva totalitat a l'annex.

### 3. MARC TEÒRIC

#### 3.1 El concepte de videojoc

L'Enciclopèdia Catalana defineix un videojoc com un “joc en suport electrònic, executable en un ordinador, una consola de joc o un dispositiu mòbil, en què l'usuari controla part de l'acció que es desenvolupa a la pantalla amb un comandament (teclat, ratolí, palanca de control, etc.)”. Segons aquesta premissa, l'element clau que atorga la condició de videojoc és la jugabilitat (el conjunt de regles que desemboquen en un resultat o un altre segons les nostres accions i participació) dins de qualsevol forma de software. On es pot veure més aquesta essència inicial és amb el desenvolupament dels primers videojocs, considerat *OXO* el pioner el 1952. Es tractava d'una versió computada del tres en línia que permetia enfrontar una persona contra la intel·ligència artificial de la màquina.

En aquest sentit, Gonzalo Frasca, dissenyador de videojocs, investigador acadèmic i catedràtic de videojocs a la Universitat ORT d'Uruguai, els definia el 2001 com a “qualsevol forma de programari d'entreteniment per ordinador, utilitzant qualsevol plataforma electrònica i la participació d'un o diversos jugadors en un entorn físic o de xarxa”. Així doncs, totes les definicions seguien una mateixa línia al voltant de requisits clau com jugabilitat, participació i software.

No obstant això, el 2005 Michael Zyda, professor de Ciències de la Computació a la Universitat del Sud de Califòrnia, introdueix un nou concepte a la seva definició: “Prova mental duta a terme davant d'un ordinador d'acord amb certes regles i amb la fi de diversió o entreteniment”. Zyda aporta el caràcter competitiu que moltes definicions posteriors han utilitzat com a condició indispensable. Ja no només es tracta d'un joc executat dins d'un software amb una jugabilitat i la participació de l'usuari, sinó que inclou una prova que ha de ser superada i atorga el resultat de victòria o derrota.

Espen Aarseth, cap d'investigació del Centre d'Investigació de Videojocs de la Universitat de Copenhaguen, encara va més enllà el 2007 i cataloga els videojocs d'art: “contingut artístic no efímer (paraules emmagatzemades, sons i imatges), que col·loquen als jocs molt més a prop de l'objecte ideal de les Humanitats”. Aarseth obre

la porta a la connotació cultural, social i ideològica que passen a tenir els videojocs gràcies a l'evolució tecnològica i les possibilitats que permeten la inclusió de múltiples manifestacions artístiques i la transmissió de missatges com a components clau. A partir d'aquesta evolució, sorgeixen definicions que inclouen també el desenvolupament de capacitats cognoscitives, l'adquisició de destreses i habilitats, la difusió d'idees, valors i la modelització de conductes.

Així doncs, no és tant la quantitat de definicions i corrents teòriques sobre el concepte de videojoc, sinó la evolució que ha tingut i la complexitat que ha anat adoptant a mesura de l'avenç tecnològic i les noves possibilitats que ha anat oferint pel seu desenvolupament. No existeix una definició més o menys encertada, sinó d'unes més bàsiques, d'altres més complexes i diferents enfocaments. Unes es basen en l'àmbit tècnic, altres en el factor de la jugabilitat, altres en els components artístics i culturals, etc. El videojoc ha passat a ser gairebé un recipient amb unes bases inicials que poc a poc trenca nous límits i evoluciona.

D'altra banda, cal destacar que la relativa modernitat del concepte encara fa més difícil trobar una definició única: "Els videojocs poden ser considerats com a una nova forma d'expressió artística durant les últimes dècades però, de la mateixa manera que ocorre amb la resta d'expressions artístiques contemporànies, la societat encara no és capaç d'assimilar-les i fer-les seves. El dels videojocs és un fenomen encara incompreensible per a moltes persones; la societat sembla incapaç de donar-li un significat, de la mateixa manera que l'art contemporani no troba en la crítica tradicional l'eina o criteri per analitzar i estructurar una opinió, sinó que es limita a descriure la seva composició"<sup>1</sup>.

Així doncs, partint de la definició inicial i essencial del videojoc com a joc electrònic amb la participació de l'usuari, s'obre un món de conceptualitzacions i branques dins de la pròpia definició amb constant evolució. De ben segur que, amb la consolidació de la Realitat Virtual, sorgiran noves definicions que posaran el focus en aquesta nova tendència, tal i com va ocórrer amb el caràcter competitiu o la inclusió artística.

---

<sup>1</sup> Simone i Belli i Cristian López Raventós, [Breve Historia de los Videojuegos](#), 2008.

### 3.2 Situació de la indústria catalana del videojoc

El punt de partida a l'hora de considerar si un projecte periodístic és viable, com a mínim conceptualment, és analitzar si hi ha una mancança de cobertura informativa i suficient contingut per descobrir i del que parlar de manera regular, sobretot quan la temàtica principal és tan específica i l'àrea geogràfica molt limitada, com és el cas de la indústria catalana del videojoc i els videojocs en català.

Té prou activitat la indústria catalana del videojoc com per nodrir l'agenda d'un mitjà de comunicació que s'hi especialitza? Si m'ho hagués plantejat fa uns 10 o 15 anys, aquest projecte segurament no hagués transcendit més enllà d'una afició, sense cap mena de perspectiva professional ni ànims de cobrir una necessitat. Cal destacar que el sector del videojoc en general és relativament jove, però encara ho és més a països com Espanya, on fins fa menys anys dels que ens pensem, la majoria de videojocs ni arribaven en espanyol. Per descomptat, tampoc hi havia signes d'un teixit empresarial. És impensable, aleshores, que existís la necessitat d'un projecte centrat únicament en l'activitat catalana quan ni tan sols n'hi havia d'àmbit nacional o en castellà. Què ha canviat des d'aleshores? A nivell estatal és obvi que hi ha hagut un creixement exponencial, segurament un dels més pronunciats i ràpids de la història de la tecnologia i creació artística digital del país. Si busquem similituds amb la proposta d'aquest treball, trobem que el 2015 neix una secció a *Hobby Consolas* (un dels primers mitjans de comunicació sobre videojocs a Espanya) dedicada exclusivament a la producció nacional sota el nom de *Hobby Industria*.

Però el que realment interessa és el paper que ha tingut la indústria catalana dins d'aquest creixement nacional. Segons les dades recents de L'Institut Català de les Empreses Culturals, a les quals he pogut accedir de forma anticipada amb la imminent publicació de la nova edició del Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc, hi ha actualment 140 empreses a Catalunya dedicades al sector del videojoc respecte les 74 registrades a 2012. Això significa que s'ha duplicat el múscul del sector pel que fa a quantitat, amb un 82% d'empreses amb menys de 10 anys de vida. Però què ocorre amb la qualitat de l'activitat d'aquestes empreses? La facturació de les 74 empreses de 2012 va ser de 70 milions d'euros, mentre que el 2017 es va disparar fins als 367

milions d'euros, quintuplicant la facturació en només 5 anys. Això significa que no només augmenten les empreses, sinó també la seva productivitat i impacte dins del sector, destacant que el 83% produeixen propietat intel·lectual pròpia, el que es tradueix en nous videojocs d'origen i amb segell català. Aquest augment d'empreses i activitat significa també un creixement en demanda d'ocupació, partint de les 1180 persones treballant dins del sector el 2014 fins les gairebé 3000 que es van registrar el 2017. No hi ha encara dades oficials de 2018, però l'estimació prèvia les situa en unes 3700, mentre que de cara al 2019 la previsió és de 4500 i de 5400 per al 2020. En conseqüència, aquesta demanda d'ocupació ha provocat un augment d'oferta de titulacions i graus relacionats amb els videojocs, que han passat d'acollir a 324 estudiants el 2014 a 1.412 durant el curs 2017/18.

Així doncs, es preveu un augment exponencial de professionals amb l'objectiu d'introduir-se al mercat que repercutiran probablement en un nou *boom* d'empreses, activitat i facturació. De fet, el 60% de les empreses de videojocs van admetre a l'edició del llibre de 2016 que van tenir dificultats per trobar perfils amb una formació adequada. Tant es així que, des de la seu barcelonina d'Ubisoft, una de les desenvolupadores internacionals més importants (i que va triar Barcelona quan va començar el seu procés d'expansió a diversos països europeus com Espanya), asseguren en referència al creixement de l'ensenyament dins del sector que "sembla que hagi d'anar a l'altre punta del món per desenvolupar videojocs, però avui en dia és possible treballar en superproduccions a Barcelona".

Totes aquestes dades, si les posem dins del context estatal, converteixen a Catalunya en el territori més desenvolupat, juntament amb Madrid, en el sector del videojoc. El Llibre Blanc de 2016 mostra que l'activitat catalana suposa entre un 40 i un 45% de la facturació espanyola, mentre que aglutina un 38% de l'ocupació i engloba el 25% de les empreses. Només Madrid supera per la mínima a Catalunya en nombre d'empreses, però a la vegada la facturació catalana és superior, demostrant l'estat de salut de la seva activitat i producció.

Les dades són irrefutables, però l'experiència personal també és una bona manera de confirmar-les. Lligat al nombre d'estudiants i empreses, durant el desenvolupament



personal del projecte sobre el qual es basa el treball he observat una proliferació immensa de comptes de Twitter de noves empreses de videojocs. He passat d'haver d'investigar a fons per trobar-les a que les mateixes empreses em trobin a mi (concretament, al compte de Twitter que he utilitzat per difondre el projecte). La sensació personal és d'estar vivint en primera persona com s'enriqueix el teixit empresarial de la indústria catalana. Alguns d'aquests comptes fins i tot pertanyen a alumnes que ja han començat a planificar la creació i comercialització del seu primer videojoc (la majoria provenen d'ENTI, la Universitat del Videojoc adscrita a la UB).

Cal destacar també el sorgiment d'iniciatives enfocades a la promoció i incubació de projectes i empreses de videojocs a Catalunya. Per exemple, des de fa 4 anys, GameBCN incuba petits estudis i els ofereix la formació i la tutoria necessàries per professionalitzar la producció d'un videojoc, fer un llançament amb èxit al mercat i adquirir una mentalitat empresarial. Actualment ja ha iniciat la quarta edició, que es duu a terme anualment a les instal·lacions del Canòdrom de Barcelona, on els seleccionats també disposen d'un espai de treball propi. PlayStation també ha iniciat un programa a escala nacional de dinàmica similar anomenat PlayStation Talents Games Camp. Una de les seues es situa a l'Hospitalet, on aquest any s'acullen a dos videojocs catalans.

Com a conclusió general d'aquest anàlisi, es confirma que actualment ja és completament viable nodrir l'agenda temàtica d'un mitjà de comunicació especialitzat en la indústria catalana del videojoc. El creixement accentuat del sector no s'ha correspost amb un augment de la seva presència als mitjans de comunicació, ni molt menys d'iniciatives especialitzades com la que proposa aquest treball. La diferència d'activitat i flux de contingut amb fa 10 anys és abismal, però encara és més important el *boom* dels últims 5 anys i les previsions per a 2019 i 2020. A més a més, les dades teòriques es corresponen amb l'experiència personal viscuda durant el desenvolupament experimental del projecte, que ha suposat el descobriment d'una quantitat incommensurable de projectes i videojocs, tant ja publicats al mercat com en desenvolupament.

### **3.3 La situació del català als videojocs**

Els videojocs que incorporen el català és una concreció encara major de la temàtica en la qual aquest projecte es vol especialitzar. Com s'ha comentat, el sector dels videojocs és relativament jove, així que a Espanya i Catalunya encara ho és més tenint en compte l'avantatge en desenvolupament i consolidació d'altres comunitats del món com la nord-americana i l'angloparlant. És per això que sovintem mirem a l'estranger quan parlem de videojocs. No pensem en la indústria catalana, ni molt menys en jugar en català. Fins i tot, quan es parla de videojocs, acostumem a utilitzar el castellà.

És cert que la presència del català als videojocs és encara marginal si la comparem amb la d'altres comunitats lingüístiques, fins i tot d'algunes bastant més petites que la catalana. Tenim el gran inconvenient (com a mínim en aquest context) de ser bilingües de forma natural, per això, des de la perspectiva pragmàtica de les empreses, no hi ha necessitat d'oferir els videojocs en català, ja que no suposarà una barrera a l'hora d'adquirir i gaudir el producte. Aquesta situació pot semblar desencoratjadora, però precisament provoca una reacció lligada al sentiment d'identitat i pertinença cultural que aporta un valor afegit als videojocs en català que també es trasllada a les motivacions i oportunitats d'aquest projecte. La meva experiència durant el desenvolupament del projecte em permet afirmar que jugar o difondre un videojoc disponible en català té un caràcter especial respecte la resta de temàtiques, així com el major impacte que provoca al públic, tant per l'acollida com per la repercussió i l'abast que genera.

Tot i això, cal destacar que cada vegada hi ha més videojocs que incorporen el català i més suport per part de les institucions. És cert que no ha tingut un creixement tant accentuat com el de la indústria catalana en general, però també veiem un canvi positiu significatiu si es mira 10 anys enrere. De fet, els primers videojocs en català dels que personalment tinc constància són del 2011 i 2012 i durant els anys següents han arribat amb comptagotes. No obstant això, durant els últims 3 anys aproximadament han arribat desenes de videojocs en català. De fet, durant el desenvolupament de la mostra experimental del projecte, cadascun dels 3 números publicats de la revista n'han inclòs 1 o 2 de nous. Fins i tot, dins de l'agenda temàtica del nou número previst

pel juliol (tot i ja no poder estar inclòs dins d'aquest treball) hi ha 6 nous videojocs en català que estan sortint al mercat de cop només entre abril i juny de 2019.

Cal destacar la feina de l'ICEC en aquest aspecte, promovent i adjudicant subvencions destinades a la inclusió del català a videojocs. De fet, el maig de 2019 es va obrir una nova convocatòria i va provocar un moviment força viral a les xarxes, arribant fins i tot al col·lectiu de localitzadors i localitzadores, el qual també es va sumar al moviment oferint-se per a la traducció. Així doncs, es pot concloure que el català als videojocs, tot i el seu handicap i l'escassetat que actualment encara pateix si el comparem amb altres comunitats lingüístiques, es troba en fase de creixement i té el valor afegit sentimental per a moltes persones. Per tant, no s'ha de menystenir aquesta branca encara més concreta de la temàtica sobre la qual es basa aquest projecte. Cada vegada ocupa més lloc a l'agenda temàtica i a la vegada confereix un valor afegit i especial per al públic sobre qualsevol altre contingut.

### **3.4 La revista com a suport periodístic**

A ple 2019 no cal parar-se massa a analitzar la situació de la revista en paper i de la premsa escrita en general com a suport periodístic. És sabut per tothom que hi ha hagut i segueix havent-hi una caiguda lliure dramàtica de públic, vendes i inversió publicitària en detriment del trasllat del format al suport digital, sobretot en els mitjans generalistes. Tant és així que l'informe de 2017 de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) apuntava que els sis diaris més grans (*El País*, *La Vanguardia*, *El Mundo*, *ABC*, *El Periódico* i *La Razón*) han perdut el 61% del seu tiratge durant l'última dècada, passant d'una difusió diària conjunta mitjana de més de 1.500.000 exemplars a amb prou feines arribar a 600.000. En la mateixa línia decadent, l'informe de 2016 de l'Estudi Anual de la Inversió Publicitària (i2p) xifrava la facturació publicitària dels mitjans en paper en uns 560 milions d'euros quan fa 10 anys superava els 1.800 milions. A la vegada, l'informe de 2016 desvela que, malgrat l'augment d'inversió publicitària del 3,4% en els mitjans de comunicació, la inversió en la premsa en paper va baixar un 6,9% mentre que la de la digital va augmentar gairebé un 15%.

Tot i això, hi ha excepcions que, lluny de frenar la davallada, s'han consolidat en el mercat i conviuen amb la tendència digital sense que suposi una amenaça amb mort anunciada. Carlos Alberto Scolari, especialista en l'estudi de mitjans digitals, ecologia de la comunicació i professor a La universitat Pompeu Fabra, plasma força bé aquesta situació:

“Cada vegada suporto menys la lectura de la premsa en paper. Els diaris em semblen objectes informatius desactualitzats, antiecològics i que, per més maldecaps, poden deixar les mans brutes de tinta. Malgrat tot, el meu gust per les revistes creix cada dia més. Però no qualsevol revista. Estic parlant de les noves publicacions, les que s'han adaptat a les noves condicions de l'ecologia mediàtica i han aconseguit construir un nínxol propi”.

Així doncs, potser no s'ha de parlar de la davallada del paper, sinó del model tant de negoci, periodístic i conceptual que fins fa uns anys havia predominat: “mentre la majoria de revistes clàssiques de periodicitat setmanal que van tenir el seu moment de glòria estan tancant les seves edicions en paper, s'estan enfortint noves publicacions de gran qualitat, amb uns continguts difícils de trobar a altres llocs i que viuen amb naturalitat la doble vida analògica i digital sense consumir-se una a l'altre, sinó que conviuen i es retroalimenten dins d'un nínxol transmèdia”.

La conclusió principal a la que arriba Scolari, la qual comparteixo i he tingut en compte pel desenvolupament del projecte, és que la revista en paper per si sola no es salva de la davallada (menys encara si manté el seu model tradicional), sinó que les noves oportunitats s'erigeixen a partir de crear un univers transmèdia de diferents suports i formats al voltant del mateix concepte. La revista en paper pot ser l'eix central del projecte, però no l'únic. Scolari afegeix també un bon exemple d'èxit d'aquesta visió, un projecte transmèdia anomenat *Orsai* que, a banda d'una revista en paper amb les seves propietats i contingut únics i de gran qualitat, inclou un blog de contingut obert, una aplicació per a dispositius mòbils, llibres impresos i fins i tot un bar.

Per altra banda, cal destacar que, mentre la premsa escrita com els diaris ha patit una davallada juntament amb una gran pèrdua de popularitat i credibilitat, el suport de les revistes en paper té una penetració major, amb una popularitat molt alta, similar a la de la ràdio. Segons Rafael Llano, secretari de l'Institut d'Estudis de Comunicació Especialitzada i autor del llibre *Revistas Culturales y de consumo*, L'èxit de les revistes consolidades actualment radica en l'especialització periodística i la diferenciació de les demandes, un avantatge que no té data de caducitat: "Mentre la societat segueixi avançant gràcies a la divisió social de les activitats pràctiques, siguin polítiques, econòmiques, lúdiques o culturals, la informació especialitzada serà objecte de demanda i les revistes una resposta adequada". A més a més, afegeix que les revistes especialitzades tenen una de les millors planificacions de publicitat, ja que gràcies a les audiències segmentades poden optimitzar el *target* dels anuncis que, sovintment, provenen d'anunciants no interessats en els mitjans generalistes, siguin analògics o digitals.

Dins de la temàtica dels videojocs hi ha dos projectes que exemplifiquen també aquesta visió i que han servit d'inspiració a l'hora de desenvolupar el projecte d'aquest treball. En primer lloc, hi ha *Manual*, una revista bianual que es centra sobretot en entrevistes, reportatges, articles d'opinió i assaigs. Realment és un tipus de contingut escàs dins del periodisme de videojocs, on hi predomina l'estricta actualitat sense profunditat i la supervivència de continguts aferrada als rumors, una tendència semblant a la del periodisme esportiu: "El nostre lema és *som més de persones que de personatges*, així que els protagonistes sempre seran rols involucrats en les produccions, des d'un dissenyador fins a una actriu de captura de moviment, passant per programadors, músics, artistes i altres camps". Així doncs, tot i no endinsar-se en un univers transmèdia, *Manual* es caracteritza per una alta qualitat tant a nivell de producte (materials, acabats i estètica) com de continguts, oferint altres al·licients com làmines il·lustrades i publicacions limitades que li atorguen una aura de col·leccionisme i pertinença impossible de trobar a la majoria de continguts digitals.

En segon lloc, apropant-se més al caràcter transmèdia, hi ha *Games Tribune*, una revista mensual que combina reportatges i entrevistes amb actualitat de videojocs, tot i que la tracta d'una manera més profunda i analítica, amb un estil més reportatjat que

noticiós. De la mateixa manera que *Manual*, les publicacions físiques tenen una gran qualitat pel que fa a materials i acabats i es caracteritzen per una estètica de maquetació molt cuidada i artística que li confereix també l'aura de col·leccionisme, exclusivitat i pertinença. Tot i que el projecte només comptava amb la revista en un primer moment, actualment s'han expandit amb un podcast, un canal de YouTube, una aplicació per a dispositius mòbils i un programa televisiu a la nova plataforma de continguts digitals *U-BEAT*.

### 3.5 Model de negoci

Amb la davallada de la premsa escrita generalista i les noves vies de comunicació sorgides gràcies a la revolució digital, es va decretar sota un estat de pànic que l'ofici del periodisme estava en crisi. No obstant això, tal i com va defensar Elsa González Díaz, periodista i presidenta fins el 2018 de la Federació d'Associacions de periodistes d'Espanya (FAPE), el que realment està en crisi és el model de negoci, així com la debilitat i la poca capacitat dels mitjans de comunicació tradicionals a adaptar-se als canvis socials i tecnològics. Després d'uns anys d'estat de pànic, sembla que s'han consolidat nous projectes amb un model de negoci estable, el de la subscripció en línia. No és una casualitat, ja que aquesta tendència no només s'ha erigit dins del periodisme, sinó també en molts altres àmbits i serveis que ja han començat a consolidar una transició digital. Si ens centrem en l'àmbit del projecte d'aquest treball i dels dos exemples descrits a l'anterior apartat, la subscripció és el model més efectiu, ja que permet gestionar a la vegada els diferents components del seu univers transmèdia, atorga un major control i flexibilitat al públic i genera una major relació de fidelitat si el producte o el contingut s'ajusta a les seves expectatives.

Per exemple, *Games Tribune* ofereix fins a 5 subscripcions diferents. Les 3 primeres són força semblants entre si, ja que ofereixen la revista en digital o en físic amb petits detalls addicionals com l'accés a una botiga exclusiva per a socis de números endarrerits de la revista, escollir la portada entre tres possibles o rebre una làmina il·lustrada numerada. Les últimes dues, sota l'etiqueta *premium*, ofereixen enviaments més ràpids i a l'estranger, una litografia numerada, altres làmines exclusives i cada

edició de *Manual*, que en aquest cas col·labora amb *Games Tribune* (és interessant aquesta fusió, ja que reforça aquesta idea d'univers transmèdia).

Deixant de banda la subscripció, que realment es tracta del mètode de transacció, el model de negoci més adequat per a projectes d'aquestes característiques, tal i com demostra i practica *Games Tribune*, és el sistema *freemium*. És una opció perillosa, ja que suposa un cost per al consumidor poc comú a molts altres àmbits i serveis dins del periodisme, especialment al els videojocs, amb la competència d'una infinitat de pàgines web d'accés gratuït que lluiten per la publicitat. Aquesta dependència condiciona els continguts informatius i els deriva cap a una excessiva homogeneïtzació, cap al predomini de temes trivials i sensacionalistes que busquin l'impacte i l'entreteniment, cap a la pèrdua de la informació local i un descens de la qualitat del producte (OCDE, 2010). L'èxit del *freemium* i altres sistemes de pagament *pay-wall* per accedir al producte només és viable actualment quan l'envolta un valor afegit. En aquest sentit, Andreu Casero-Ripollès, doctor per La universitat Pompeu Fabra i guardonat amb el cinquè Premi d'Investigació Universitària atorgat per l'Associació Catalana de Premsa Comarcal, senyala que "en l'actual conjuntura, on predomina l'assaig i error, sembla que les fórmules mixtes, com el *freemium*, que combinen cobrament i gratuïtat, s'alcen com la millor solució".



Productes físics i contingut que rep una persona amb la primera de les subscripcions premium de *Games Tribune* (15,99€ al mes)

Personalment, crec que aquesta idea es reforça amb l'aposta per als productes físics dins d'un univers transmèdia amb un model de negoci mixt, ja que ofereixen un servei realment tangible que el públic concep com una propietat, no només com un accés. A més a més, en l'àmbit dels videojocs, on hi ha una gran tradició de col·leccionisme i estima per la creació artística, encara adopta un potencial major.

### **3.6 El periodisme en l'àmbit dels videojocs**

El periodisme d'oci digital i videojocs és probablement un dels més precaris i intrusius que hi ha dins la professió. Per una banda, de la mateixa manera que ocorre amb el periodisme esportiu però de forma encara més accentuada, el fet que el videojoc sigui una de les majors aficions que existeixen provoca que moltes persones entrin al mercat laboral mogudes per la mateixa afició i no per una vocació ni expectativa professional. Com a conseqüència, disminueix el valor de la figura del/la periodista i la seva funció i, per tant, augmenta la precarietat laboral. Parlant clar, alguns mitjans de comunicació juguen a una dualitat entre caràcter professional i semi professional i es nodreixen de contingut provinent de col·laboracions d'aquest perfil de persones sense oferir retribució. Fruit també d'aquesta situació, existeixen molts mitjans petits no professionals que no tenen a penes ingressos ni capacitat de crear un mínim teixit empresarial però que a la vegada generen competència dins del mercat.

Per altra banda, cal destacar també que el sector del videojoc és relativament nou, per tant, encara ho és més el seu periodisme. Si hi sumem que el creixement del sector ha coincidit amb la crisi de model de negoci de la professió i les dificultats de trobar fórmules estables dins el mercat digital, es pot concloure que, per norma general, no és viable dedicar-se al periodisme de videojocs amb una única ocupació a causa de la baixa temporalitat. Excepte per a una minoria i càrrecs directius o jeràrquicament cabdals, hi ha dues tendències:

- Exercir una ocupació principal en un altre àmbit amb el del videojoc relegat a col·laboracions puntuals.



- Exercir com a freelance i basar l'ocupació en múltiples col·laboracions en diversos mitjans.

Aquesta situació és aplicable sobretot als mitjans digitals en obert d'informació general, els quals tenen una dependència extrema del tràfic de visites per garantir l'atracció de publicitat, l'única via d'ingressos que tenen. En ocasions, fins i tot es difonen anuncis dels mateixos videojocs dels quals probablement hagin de parlar o ja ho hagin fet en el passat. Des del punt de vista de l'ètica periodística, incloure publicitat de la mateixa temàtica de la qual moltes vegades se n'emet un judici, perjudica i posa en perill tant la credibilitat com la salut professional i de funcionament del mitjà. Per exemple, per posar un símil, quina reputació i amb quina autoritat podria demanar un mitjà de comunicació d'àmbit polític que es valori el seu contingut si inclogués anuncis i campanyes de partits polítics? Si la gratuïtat i el model del clic ja posa en risc el valor del contingut, que un dels inversors publicitaris siguin empreses de videojocs i tecnologia el col·loca a la corda fluixa. No obstant això, tampoc sembla una solució no dependre tant de la publicitat i oferir continguts de pagament o *freemium*. Com a mínim, no en aquests casos.

Pel que fa a les revistes o mitjans amb edició en paper, cal diferenciar dos models bastant marcats. Per una banda, els que tenen un caràcter similar als mitjans descrits anteriorment, amb una periodicitat curta, molt contingut informatiu o d'actualitat, una important presència de publicitat i una qualitat de producte estàndard, permetent establir un preu força baix que no acostuma a sobrepassar els 4 euros, com ara *Hobbyconsolas* o *Playmanía*. Per altra banda, durant els últims anys han sorgit nous projectes que han apostat per un contingut més profund i més allunyat de l'estricta informació, amb un caràcter de luxe i exclusivitat amb un model de negoci de pagament total que sembla tenir un èxit inèdit dins del sector, com ara l'exemple ja analitzat de *Games Tribune*. Si bé és cert que és un projecte transmèdia, és revelador que la fórmula més exitosa fins el moment pel que fa a la consolidació d'un model de negoci que no depengui tant de la publicitat i aconsegueixi la predisposició del públic a pagar un preu tingui com a eix clau una revista en paper.

Així doncs, es pot concloure que el periodisme en l'àmbit dels videojocs peca de novell amb les dificultats afegides de la crisi de model de negoci de la professió amb l'impacte de la digitalització i les noves tendències de consum i la fina línia entre el caràcter professional i amateur. Alguns projectes i mitjans han obert un camí amb potencial de mercat que comencen a superar aquestes dificultats però tenen un alt risc d'emprenedoria, mentre que el bloc tradicional resisteix amb un model segur a curt termini i més accessible però incert de cara a superar els reptes de futur.

## **4. DISSENY EMPRESARIAL**

### **4.1 Dades bàsiques de l'empresa**

Nom: Revista 3Dnassos

Domicili fiscal: Passeig del Ferrocarril, 9, Sant Quirze del Vallès, Barcelona, 08194

Tipologia de societat: Empresari individual

Sector de l'activitat: Cultura i Comunicació

### **4.2 Descripció de la idea i oportunitat de negoci**

La Revista 3Dnassos és un projecte periodístic independent transmèdia basat en una revista mensual en paper i també en format digital sobre videojocs que aposta sobretot pel contingut de proximitat, promovent l'activitat de la indústria catalana i videojocs que podem gaudir en català. Es caracteritza per allunyar-se del caràcter informatiu sensacionalista predominant d'altres mitjans del sector i centrar-se en contingut més profund i amb més valor, com ara articles d'opinió, reportatges, entrevistes i ressenyes. A més a més, compta amb col·laboracions d'altres portals referents de la comunitat catalana aficionada als videojocs, adoptant una funció de punt de trobada i representativitat d'un públic amb les mateixes inquietuds i reivindicacions per les quals neix aquest projecte.

Ja s'ha analitzat de manera més detallada l'oportunitat de negoci d'aquest projecte a la introducció i al marc teòric, que es resumeix en les següents premisses:

- Creixement exponencial de la indústria catalana del videojoc, permetent ja una cobertura especialitzada que ompli amb escreix l'agenda temàtica que requereix aquest projecte.
- Absència d'una cobertura o desplegament de tractament periodístic que es correspongui amb aquest creixement.
- Localització d'un nínxol de mercat petit però a la vegada molt interessat, compromès i completament desatès.

#### 4.2.1 Nom de marca

L'elecció del nom de la marca compleix tres requisits imprescindibles:

- Ser un nom que contingui algun element o referència al sector dels videojocs
- Ser un nom que es pugui pronunciar, llegir i s'identifiqui amb la llengua catalana
- Allunyar-se de noms genèrics i repetitius

Seguint aquests criteris, el nom de la revista i la resta de productes o serveis associats a aquest projecte serà *3Dnassos* que, pronunciat en català, sona com *tres de nassos*. *Tres* fa referència a les tres persones que conformarien el nucli dur del projecte, mentre que *de nassos* és una expressió que s'acostuma a utilitzar per destacar positivament o emfatitzar alguna cosa. Així doncs, s'interpreta com *tres* (persones) *de nassos* (bones, fantàstiques). A la vegada, *3D* és un dels acrònims més coneguts del sector de la tecnologia, els videojocs i l'oci digital.

#### 4.2.2 Eslògan

“La primera i única revista de videojocs en llengua catalana”

Aquest és l'eslògan de presentació que s'utilitza per introduir el projecte al públic per primera vegada. Té l'objectiu de crear impacte amb la doble adjectivació inicial i crear sensació de “fita històrica”. En ocasions concretes s'inclou el terme *paper* després de *revista*, principalment quan es creu que pot causar encara més impacte.

“Per jugar a videojocs en català, cal parlar en català de videojocs”

Aquest seria l'eslògan conceptual que s'utilitza una vegada ja s'ha captat la primera atenció del públic, disposat a informar-se amb més profunditat sobre el projecte. Plasma la raó de ser del projecte i apel·la a una reacció més sentimental del públic, destacant la doble proximitat del projecte (en català i sobre el català). Pensat per utilitzar en introduccions de presentacions o altres formes de difusió del projecte.

#### 4.2.3 Imagotip i logotip



#### 4.2.4 Missió, visió i valors

##### Missió

Difondre l'activitat de la indústria catalana del videojoc, promoure la normalització de la llengua catalana dins del sector i representar la identitat d'una comunitat catalana d'aficionats i aficionades en creixement.

##### Visió

Consolidar-se com el mitjà de comunicació de referència a Catalunya en l'àmbit dels videojocs o l'oci digital i ser reconeguda per oferir un contingut diferent i de qualitat dins del periodisme de videojocs.

##### Valors

- Defensa del català com a llengua de cohesió social i constructor d'una identitat cultural pròpia
- Independència respecte anunciant que puguin comprometre el criteri periodístic
- Passió pels videojocs i vocació periodística
- Accessibilitat, compromís i proximitat amb el públic
- Transparència i consciència tant econòmica com mediambiental

## 4.3 Pla de màrqueting

### 4.3.1 Productes i serveis












#### La revista

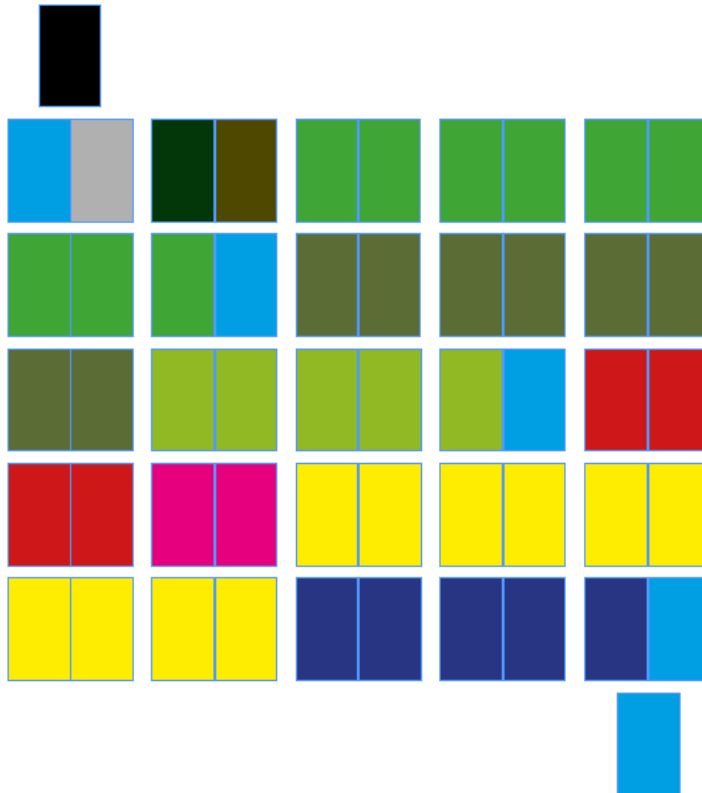
Serà el producte central de l'empresa. Inclourà actualitat informativa, reportatges, entrevistes i ressenyes relacionada amb els videojocs i l'oci digital. Comptarà amb diverses seccions, essent la indústria catalana del videojoc i els videojocs en català una de les més importants i diferenciadores. També hi haurà col·laboracions estratègiques amb altres comunitats o portals en català del sector.

Dades tècniques:

- 48 pàgines, format 16,5 x 24 cm
- Enquadernació fresada i encolada
- Paper interior estucat brillant (pes aproximat 130gr/m2)
- Paper cobertes estucat brillant plastificat (pes aproximat 300gr/m2)
- Publicació mensual

Esborrany i distribució de continguts:

- Editorial 
- Sentències d'Attorney: l'equivalent als *bons i dolents* dels diaris tradicionals 
- Recomanacions d'en Vault Boy: selecció de llançaments pròxim mes 
- Selecció de notícies destacades del mes 
- Anàlisi de 2 o 3 videojocs destacats del mes 
- Reportatge o entrevista temàtica 
- Autories: perfils periodístics de personalitats úniques del sector 
- El Post Mortem: entrevista a un estudi (català sempre que sigui possible) per conèixer les seves experiències i el seu balanç del desenvolupament i llançament del seu videojoc 
- Secció Catalana: notícies o reportatges relacionats amb la indústria catalana i anàlisi de videojocs catalans o que incorporin el català 
- Col·laboracions externes 
- Publicitat 



## ACTUALITAT



### LES SENTÈNCIES D'ATTORNEY



#### JUMP FORCE I ANTHEM

Anthem ens ha deixat a mitges; l'apartat visual i sonor és espectacular, però **escasseja en contingut**. A més a més, només el podem gaudir en consoles si tenim la subscripció en línia. Amb Jump Force, tres quarts del mateix; pocs modes de joc, una història repetitiva i uns personatges que no mouen la boca quan parlen.



#### NINTENDO REMUNTA

Nintendo va anunciar un futur de jocs durant l'últim Direct i ens van desvelar el nou Pokémon. Destaquem la remuntada en quant a **anuncis i llançaments** que hi haurà durant la primera meitat de l'any, així com les moltes novetats que tenen a la recàmbra esperant sorprendre en una nova conferència.



#### STATE OF PLAY

Quan vam veure el primer State of Play vam pensar en el mem de "Quan el compres a Aliexpress VS quan t'arriba a casa". D'acord, hi va haver anuncis força interessants per VR, però va ser una **presentació descafeïnada**. Desinflada d'expectatives, tot i que mantenim un vot de confiança per ser el "debut".



#### TWITCH

Twitch ja permet filtrar contingut i emissions en català. Els creadors i creadores poden utilitzar el sistema d'etiquetes per indicar que l'emissió és en **català** i el públic pot cercar el contingut amb molta més facilitat. Únicament hem d'entrar a la pàgina "explorar" i afegir "català" a la selecció de filtres.



#### AXIOM VERGE

Axiom Verge és un "metroidvania" molt interessant que tenia versions confirmades a totes les consoles de sobretaula. Per desgràcia, els usuaris de **Wii U** se'n van quedar sense per donar pas a la de Nintendo Switch. Per sort, Limited Run Games i Badland l'han rescatada. Ja podem aconseguir la Multiverse Edition per a Wii U.



#### PLAYSTATION NOW

Playstation no acaba de polir el diamant que té entre les seves mans. L'estrena de PSNow a Espanya no ha estat a l'alçada. Des del primer dia hi va haver moltes queixes sobre unes **cues d'espera** exagerades i un rendiment pobre que no permet gaudir de la majoria del catàleg. De moment, és una decepció.



#### NO MAN'S SKY

Hi ha molts errors que podem recriminar a Hello Games, però tothom mereix una segona oportunitat. No Man's Sky l'està aprofitant. Sequeix arribant un munt de contingut gratuït. Després de "Next", ja està preparant una nova expansió anomenada "Beyond", la qual inclourà millores en el **mode en línia**.



#### "OUR BODIES WEREN'T READY"

Després de 15 anys vinculat a la companyia i 13 com a cap d'operacions, **Reggie Fils-Aime**, una de les personalitats més estimades del món dels videojocs, s'ha retirat de Nintendo of America. Assegura que no és un "game over", sinó que puja de nivell per gaudir més de la seva família. Li destiguem el millor.



### LES RECOMANACIONS D'EN VAULT BOY



**Our World is Ended** ens situa enmig de l'emblemàtic districte d'Asakusa (Tokyo), on fets que succeeixen dins d'un videojoc es transfereixen a la vida real i provoquen el caos tot arreu. Serem un grup de personatges amb l'objectiu d'aturar aquest desastre. 18 d'abril.



Els jocs en dos-dimensions mai passen de moda. **Katana Zero** és un títol d'estil "Neo-noir" de plataformes d'acció amb combats de mort instantània. Objectiu: no deixar supervivents. Manipula el temps per desentortolligar el teu passat. 18 d'abril.



**Rage 2** serà un FPS esbojarrat de món obert amb combats i carreres demenciales. Les lleis estan per trencar-les; l'anarquisme domina tot el territori. Podrem fer el que vulguem sense pràcticament limitacions. Sereu el flagell de l'autoritat tràgica! 14 de maig.



Tornem els combats més sanguinaris. **Mortal Kombat XI** arriba amb més personalització que mai. No només els propis personatges, sinó també els seus moviments! Si sou amants del gènere de lluita o de la saga, és una entrega imperdible. 24 d'abril.



**Days Gone** és un dels grans exclusius de PlayStation. La humanitat es veu envoltada de criatures boges que es volen menjar el nostre cervell. Haurem d'equipar-nos com cal i demostrar que no tot està perdut. Esteu preparats per sobreviure? 24 d'abril.



**Cuphead** arriba a Nintendo Switch! Què més podem dir d'aquest videojoc a aquestes alçades? Plataformes endimoniats amb un apartat visual únic. La portabilitat li escaurà com anell al dit. Tornareu a fer el pacte amb el diable? 18 d'abril.

Previsió visual i conceptual de la mostra experimental de les Sentències d'Attorney i les Recomanacions d'en Vault Boy

# AUTORIES

Resseguint la pista dels creadors més únics de l'escena mundial



MestreTITeS  
@mestretites

## Kellee Santiago Jenova Chen

EMOCIONANT LA INDÚSTRIA

**S**empre m'han atret en desmesura aquells títols que s'allunyen de les tendències imperants i més comercials. D'un temps ençà, sembla que tota producció original i trencadora ha de dur l'etiqueta d'indie; com si pel simple fet d'haver creat un joc comptant amb pocs recursos, existís una garantia innegable de qualitat insalvable i atípica. Ahirora, no pas tots els títols AAA ens presenten les mateixes dinàmiques, gèneres o estètiques, trobant-hi tresors únics, com les sagues NieR o BioShock, entregues de gran profunditat i molt

al marge de les superproduccions de la indústria. De tant en tant però, certes veus pretenen arribar encara més lluny, trascendent l'escena fins a punts inimaginables. Així és el que sempre han fet la desenvolupadora Kellee Santiago i el seu col·lega, en Jenova Chen, ambdós fundadors de l'empresa ThatGameCompany. Per tal d'apmarar com cal aquestes dues autories, cal fer context i entendre com el seu estudi arriba a l'èxit per què se'l va conèixer entre les acaballes dels 2000 i els primers anys d'aquesta dècada.



Kellee Santiago neix a Caracas el 1979, però la seva família no trigarà a emigrar a Richmond, als Estats Units, on experimentarà amb aparells informàtics i, és clar, amb videojocs; de fet, el seu pare, enginyer de programari, sempre l'encoratja a seguir per aquest camí. Ben aviat, la Kellee s'adona que era el que més l'atreia dels videojocs: la transmissió d'emoció, idees i sensacions; d'aquí la seva passió per les arts escèniques. I, malgrat que el teatre serà la seva primera via formativa, sense deixar l'àmbit digital mai de banda, aterrirà a la Universitat del Sud de Califòrnia (USC) el 2003 per tal de realitzar un màster d'interactivitat en mitjans i programaris. En poc més d'un semestre, restarà fascinat pel disseny de videojocs, esdevinent la seva especialitat. Serà aquí, a la USC, on els camins de na Kellee Santiago i en Jenova Chen s'encreuaran.



El 1981, a Xangai, hi neix en Xinghan Chen, tot i que d'ençà dels seus primers anys d'infància serà més conegut per Jenova, referència al títol de culte Final Fantasy VII, el qual adora. El seu pare també era un expert informàtic, per això des de ben petit s'assegurà que en Jenova es formés en programació i sistemes informàtics. A diferència de na Kellee adolescent, no l'interessava massa tot allò, sinó les arts plàstiques i audiovisuals. El cinema i la pintura li agradaven especialment, trobant en el disseny digital una expressió a mig camí entre els ordinadors i l'art, sobretot pel que fa a certs videojocs. Títols com Ico o Shadow of the Colossus són alguns dels exemples que en Jenova utilitza per a il·lustrar la seva idea de videojoc, és a dir, una obra d'art o mitjà d'expressió on la competitivitat o fins i tot la trama són secundàries.

El més important per en Jenova i la Kellee sempre ha estat l'emotivitat que pot transmetre un videojoc, el que et pot arribar a fer sentir.

Previsió visual i conceptual de la mostra experimental de les Autories

CATALUNYA

## "GameBCN és una oportunitat única per estudis que no sàpiguen per on començar"

Visitem les instal·lacions de GameBCN al Canòdrom de Barcelona i entrevistem Oscar Sahun per conèixer com funciona el programa d'incubació



ROGER MITATS VALLVÉ  
@rogermitats

**O**scar Sahun, enginyer industrial de professió, ho va deixar tot per dedicar-se a la seva passió: els videojocs. Va començar a treballar com a game designer, va crear un prototip i es va presentar a la primera edició de GameBCN. Al cap de 8 mesos, va sortir amb una empresa formada, un projecte finalitzat i un publisher. Després de 3 anys d'activitat, va haver de tancar, però el van trucar per coordinar el mateix programa d'incubació que tant el va ajudar. GameBCN incuba petits estudis i els ofereix la formació i la tutoria necessàries per professionalitzar la producció d'un videojoc, fer un llançament amb èxit al mercat i adquirir una mentalitat empresarial. Actualment, ja ha iniciat la quarta edició, que es duu a terme anualment.

**Quin és l'origen de GameBCN i com arriba al Canòdrom?**

GameBCN neix gràcies a Simón Lee, Pere Torrents (antic coordinador del programa) i l'Institut Català d'Empreses Culturals (ICEC). S'adonen que hi ha una indústria del videojoc amb molt potencial i una manca per ajudar a les empreses petites a créixer i professionalitzar-se, que és precisament el que cal per enfortir tot el teixit i desenvolupar aquest potencial.

Els dos primers anys es duu a terme al MediaTIC de Barcelona Activa, però es reformula el programa amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona, el mateix ICEC i Península, dedicada a la incubació i assessoria d'empreses. Aleshores, es guanya el concurs del dret d'explicació de l'Edifici del Canòdrom.

**Quins criteris hi ha a l'hora de seleccionar els equips o projectes?**

Busquem equips que estiguin motivats, que tinguin intenció de dedicar-se al projecte a temps complet i amb ganes de tirar el seu projecte endavant. Independentment de l'estat o fase en la qual es trobi una idea, seleccionem projectes que, per algun motiu o un altre (gràficament, per alguna mecànica original, etc.), siguin especials i tinguin un potencial de mercat identificat.

**"És temptador voler afegir personatges o nivells nous, però és un procés que acostuma a acabar amb la mort de l'equip"**

**En què consisteix concretament el programa d'incubació?**

L'objectiu final de GameBCN és professionalitzar els equips. El que identifiquem amb els equips petits o nous és que tenen una manca en aspectes de producció. És molt fàcil voler afegir nous personatges o nivells, però és un procés que acostuma a acabar amb la mort de l'equip, perquè no hi ha recursos per sostenir-ho. Per altra banda, els falta visibilitat i mentalitat de negoci per tirar-lo endavant, perquè això no deixa de ser un negoci.

Els equips s'instal·len al Canòdrom i, durant 6 mesos, impartim formacions en metodologies àgils de producció perquè puguin ser eficients i es marquen uns objectius capaçs d'assolir al final del programa. Després ens concentrem en màrqueting

i model de negoci, perquè sàpiguen com vendre el producte, com gestionar un estudi, quines despeses tindran, etc. Totes les formacions que fem les imparteixen professionals i experts de la indústria. L'any passat vam col·laborar amb King i Ubisoft. Aquest any també comptem amb Social Point i Gameloft. A més a més també realitzem tutories. Una vegada al mes, algú amb molta experiència i coneixement, aporta el seu feedback sobre el projecte i l'equip per detectar i aconsellar millores. A més a més, fem un seguiment dia a dia de producció i oferim formacions personalitzades. Segons el que necessiti un equip, busquem experts perquè els assessorin.

**"La majoria d'estudis que passen per GameBCN acaben el programa amb contractes o en negociacions amb un publisher"**

**Què es fa una vegada estan a punt els projectes?**

Actualment, quan finalitza el programa d'incubació i els projectes ja estan encaminats, organitzem un "Demo Day" on els equips mostren un prototip funcional i fan un "pitch" davant de la nostra xarxa d'inversors i publishers amb l'objectiu de fomentar relacions contractuals.

A més a més, l'ICEC té una línia de préstecs participatius per a empreses culturals i, gràcies a l'etapa dins de GameBCN, els equips tenen més possibilitats de concessió. La majoria d'estudis que passen per GameBCN acaben el programa amb finançament de l'ICEC i possiblement amb contractes o negociacions iniciades amb un publisher.



**"Tot el que es proporciona no té preu: l'experiència, la formació, l'ambient de treball, les sinergies amb altres equips, els contactes amb professionals de la indústria..."**

**Quines són les claus de l'èxit de GameBCN i com el valorem?**

L'èxit de GameBCN rau en que la majoria dels equips que han estat incubats tenen èxit. A diferència d'altres programes, no té cap cost per als equips. A més a més, ofereix la possibilitat que es quedin al Canòdrom després del seu pas pel programa amb descomptes en les quotes.

Sempre estem oberts a les necessitats que puguin tenir. Per exemple, Lince Works, de la primera edició, necessitava publisher per sortir a Àsia i els vam ajudar amb la nostra xarxa de contactes.

Crec que GameBCN és una oportunitat única per equips que s'hi vulguin dedicar professionalment i no sàpiguen per on començar. Tot el que es proporciona aquí no té preu: l'experiència, la companyia, l'ambient de treball, les sinergies amb altres equips, els contactes que treus de totes les visites, etc.

**Què ha de fer un equip per optar a participar en el programa?**

El programa acostuma a començar entre finals de gener i febrer, tot i que obrim la convocatòria el novembre. Recomanem seguir el nostre Twitter, ja que publiquem diverses convocatòries i informacions d'interès, com ara concursos i notícies relacionades amb el sector. Quan s'obre el període d'inscripció, simplement cal omplir un formulari de 10 preguntes bàsiques: descripció de l'equip, de la idea, model de negoci, definició de públic objectiu, competència...

**Per acabar: quin consell donaries a les noves generacions que just s'inicien en el sector?**

Utilitzaré una expressió típica catalana: Seny i raixa. La raixa, perquè no perdin la seva passió per fer allò que realment els hi agrada. El seny, perquè en el fons és un negoci i estem aquí per guanyar diners i poder seguir fent videojocs. El meu consell és que no facin el joc que vulguin. Que analitzin què hi ha al mercat, que funcionin i el que estigui demanant l'audiència. Si fan el joc que a ells els agrada sense tenir això en compte, tenen menys possibilitats d'èxit.

Previsió visual i conceptual de la mostra experimental d'una entrevista temàtica de la Secció Catalana





Previsió visual i conceptual de la mostra experimental d'una pàgina de l'anàlisi d'un videojoc

## Pàgina web

S'hi bolcarà contingut estratègic en obert adaptat de la revista cert temps després de la seva publicació en paper, així com contingut que no hagi entrat dins l'edició de la revista a causa de criteris periodístics o per poca sinergia amb el format físic. A més a més, tindrà la secció de la botiga de la revista i una zona de socis amb contingut anticipat i exclusiu accessible des d'una subscripció que englobarà tant la pàgina web com la revista en paper.

## Canal de YouTube o Twitch

Es centrarà en vídeos gravats o emissions en directe de videojocs catalans i en català amb potencials col·laboracions dels estudis.

## Publicacions especials

A banda de la revista regular, es realitzaran i publicaran productes especials, com ara un monogràfic de tots els videojocs en català llençats durant l'any. No entren dins de l'exercici regular de producció del projecte, però és una opció a tenir en compte.

#### 4.3.2 Política de preus

A l'hora de fixar el preu d'un producte s'ha de tenir en compte, a banda dels costos de producció, altres factors com ara els preus de la competència. En aquest sentit, es poden establir diverses polítiques de preus segons el producte i contingut que ofereixen altres mitjans de comunicació.

En primer lloc, existeix un barem d'entre 3 i 5 euros per a revistes en paper tradicionals com *HobbyConsolas* (4€) o *Playmanía* (3,50€). Tenen una tirada força més gran que altres models de revista, un caràcter generalista i unes característiques tècniques estàndards, amb unes cobertes del mateix gramatge que les pàgines interiors, sense un acabat plastificat i una enquadernació grapada. Acostumen a tenir al voltant de 100 pàgines i una presència major de publicitat.

El segon barem ronda els 6 euros. Amb *EDGE* com a principal exemple (5,95), es tracta de revistes amb un acabat tècnic de més qualitat, amb un gramatge de paper interior lleugerament superior, unes cobertes d'uns 300gr/m<sup>2</sup>, una enquadernació fresada i encolada i també unes 100 pàgines, tot i que amb menor presència de publicitat. Pel que fa al contingut, no predomina tant el caràcter informatiu, sinó que és equitatiu juntament amb reportatges i entrevistes amb més profunditat.

Finalment, hi ha un tercer barem al voltant de 10 euros que es podrien considerar pràcticament peces de col·leccionisme. Són revistes amb un acabat tècnic de luxe, fins i tot amb portades il·lustrades i personalitzades i complements físics com punts de llibre o làmines artístiques. Es centren en un contingut que s'allunya del caràcter informatiu estricte i aborda temàtiques poc comunes i difícils de veure als mitjans tradicionals, amb reportatges i entrevistes en profunditat. Un dels exemples més representatius és *Games Tribune*, que ofereix una subscripció d'entre 7,99 i 19,99 al mes en funció dels extres que inclou. Cal destacar també *GameReport*, amb publicacions centrades en reportatges i contingut amb profunditat al voltant d'una mateixa temàtica (per exemple, una de les últimes edicions ofereix 184 pàgines sobre la política dins dels videojocs) i un preu de 9,99 a través de subscripció o compra directa.

És interessant el fet que els dos primers barems només compten amb compra directa més tradicional, mentre que el tercer promou la subscripció i distribució més directa amb l'enviament a domicili.

Pel que fa a les pàgines web o mitjans digitals, pràcticament totes ofereixen el seu contingut en obert, per tant, no tenen cost per al públic.

Tenint en compte les polítiques de preus i el que ofereix a canvi la competència, 3Dnassos apostaria per un terme mig proper al segon barem que agafi el que es consideraria millor de les tres tendències. Pel que fa a qualitat tècnica, es troba pròxima a *EDGE*, amb cobertes de 300gr/m<sup>2</sup> i una enquadernació fresada i encolada. De la mateixa manera que *Games Tribune* i a diferència dels barems anteriors, les portades són il·lustrades de forma personalitzada i s'inclouen extres com punts de pàgina o làmines artístiques per entrar dins d'aquesta aura de col·leccionisme. En relació a continguts s'apropa al segon barem, mantenint una vessant informativa que cedeix el protagonisme als reportatges i entrevistes amb major profunditat.

S'estableix, doncs, un preu de 4,95€ per un exemplar de la revista amb la subscripció com a mètode preferent de pagament, tot i que no deixa de banda del tot la compra directa. Es tracta d'una xifra bastant inferior al tercer barem i 1€ per sota de *EDGE*. 4,95€ és un preu que frega el límit del primer barem i a la vegada ofereix un producte amb una qualitat tècnica pròpia del segon o tercer barem, així com una presència bastant menor de publicitat. On peca d'inferior 3Dnassos és en el nombre inferior de pàgines, però és un sacrifici que es considera rentable i potencialment apreciat pel públic si es tenen en compte els seus interessos.

La Revista 3Dnassos, tot i inspirar-se i adoptar-ne certes característiques tècniques i de contingut, no pretén competir directament pel luxe del tercer barem, ja que té un preu força elevat que té el perill de reduir un públic objectiu potencial que ja per si sol és més limitat geogràficament i conceptualment que la competència. De fet, la fixació d'aquest preu busca que una persona que adquireixi *EDGE* o *Games Tribune* es pugui plantejar també l'adquisició de 3Dnassos gràcies al plus conceptual diferenciador (la indústria catalana i els videojocs en català) i un preu més assequible. En canvi, és molt probable que una persona que opti per *EDGE* descarti *Games Tribune* i a l'inversa, ja

que ambdues sumen una xifra ja superior als 15 euros ni existeix aquesta diferència del plus conceptual que pot reforçar el potencial de compra. Cal recordar, a més, que la competència entre 3Dnassos i la resta de revistes mencionades és menor que la que puguin tenir aquestes entre elles precisament per aquest factor conceptual diferenciador. Per l'edició digital de la revista es fixaria un preu de 2 euros, inferior als 2,49 de *Games Tribune* i idèntic als 2 euros de les publicacions de *GameReport*, però no es planeja de moment una subscripció únicament digital, ja que la subscripció en paper ja inclouria continguts digitals i pàgina web a banda de la revista en paper.

Pel que fa a anunciants, també cal analitzar abans els preus de la competència per establir unes tarifes de publicitat que s'ajustin als valors de mercat actuals i a les característiques de la pròpia revista:

Nom revista	Tirada exemplars	Pàgina Interior	Interior portada	Exterior contraportada	Interior contraportada
<i>HobbyConsolas</i>	15.300	7.457€	8.953€	10.206€	8.650€
<i>Playmanía</i>	50.000	5.750€	7.475€	8.625€	6.215€
<i>Computer Hoy</i>	16.400	8.407€	10.105€	11.661€	9.458€
<i>Bonart*</i>	10.000	1.500€	1.800€	3.000€	1.800€

\*Tot i no ser una revista sobre videojocs, s'ha inclòs per ser en català i tenir una tirada comparable

S'ha de tenir en compte que la Revista 3Dnassos tindria una tirada bastant inferior a causa de la concreció temàtica i la limitació geogràfica i lingüística. Tot i que la concreció temàtica redueix quantitat d'anunciants, a la vegada pot ser un factor atractiu per un nombre reduït d'anunciants que volen arribar a un públic molt concret i en general tenen molts problemes per arribar-hi amb la majoria de publicacions. Així doncs, les tarifes de la Revista 3Dnassos són:

Nom revista	Tirada exemplars	Pàgina Interior	Interior portada	Exterior contraportada	Interior contraportada
<i>3Dnassos</i>	1.000	200€	300€	400€	300€

Pel que fa a la pàgina web, s'ha agafat com a referència una proposta de contractació real rebuda durant la producció de la mostra experimental. Cal destacar que s'ha dut a terme sota un altre portal (*El Tecnològic*), on hi he estat col·laborant durant l'elaboració d'aquest treball i la mateixa mostra experimental. També s'agafen de referència dues campanyes del Departament de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya realitzades el novembre i desembre de 2018 per l'import de 150 i 200 euros.

La mitjana d'audiència diària es situa al voltant de les 200 visites, una xifra que es planeja superar amb escreix a la pàgina web de *3Dnassos*. Cal destacar que aquest anunciament concret es tracta d'una empresa privada amb una capacitat econòmica força alta, per això el preu podria ser lleugerament menor per a altres tipus d'anunciants com ara institucions públiques, ja que també es busca un altre tipus de relació més enllà de l'econòmica.

Angela Quesada

jueves, 21 mar 16:14

> A: Publicitat (El Tecnològic) Cc: Alvaro

Buenas tardes,

El cliente ha decidido finalmente trabajar con vuestro medio. Las acciones que quiere desarrollar son las siguientes:

- Pack Banner:
  - Cabecera de la página principal (10.000 impresiones)
  - Cabecera de la página de noticias (15.000 impresiones)
  - Coste de ambos: 500€/mes
- Artículo:
  - Artículo patrocinado destacado 300 palabras
    - 50€/artículo
    - Queremos dos artículos: 100€
- **Total presupuesto: 600€**

Nos gustaría lanzar la campaña de banner durante el mes de mayo. Los artículos nos gustaría poderlos lanzar uno la segunda semana de mayo y otro la segunda semana de Junio.

Para proceder a la preparación de la campaña, necesitaríamos por vuestra parte:

- Confirmación de las fechas propuestas
- Orden de compra
- Materiales que os hagan falta

Cualquier cosa estamos a vuestra disposición,

Gracias

Correu electrònic de confirmació de comanda de publicitat per part del Centre de Comunicació, Imatge i So (CEV)

El format principal de publicitat web de *3Dnassos* seran *banners* rectangulars a la capçalera i quadrats a la franja lateral de la pàgina, juntament amb altres enllaços d'interès i amb un càlcul de 10.000 impressions, així com articles patrocinats per a empreses, preferentment del sector educatiu i organització d'esdeveniments dins del territori català relacionats amb els videojocs o l'oci digital. La fixació de preus és orientativa per una campanya mensual estàndard i pot variar segons l'anunciant i la seva proposta.

Format	Preu per a institucions públiques	Preu per a empreses privades
<i>Banner</i> capçalera rectangular	200€/mes	250€/mes
<i>Banner</i> lateral quadrat	150€/mes	200€/mes
Article patrocinat	----	50€

#### 4.3.3 Política de comunicació

La major part de la comunicació de *3Dnassos* amb el públic es durà a terme a través de xarxes socials, concretament *Twitter*, *Telegram* i *YouTube*. L'objectiu no és només promocionar la revista i el tràfic de la pàgina web, sinó mantenir una relació de proximitat amb el públic i altres portals o entitats estratègiques i d'interès.

Tot i això, *Twitter* serà la xarxa social principal i on hi haurà més activitat. A banda de piulades amb el contingut que es publiqui regularment a la pàgina web, repiulades estratègiques i altres missatges d'interès general per al nostre públic, hi haurà diferents tipologies de missatges, cadascun amb un enfocament i objectiu concret:

- Piulades del dia a dia: informació i actualitat del desenvolupament dels continguts de la revista i la pàgina web, fotografies d'assistència a esdeveniments, entrevistes, etc. L'objectiu és que el públic tingui en ment la revista més enllà del dia de publicació, adquisició i consumició.



**La Revista d'El Tecnològic** @Revistecologic · 13 de març  
Avui hem tornat al @CanodromBCN per conèixer més a fons com funciona @gamebcn 🎮

Hi dedicarem un reportatge al número d'abril de la revista! 📖



🗨️ 8 ❤️ 20 📊



**La Revista d'El Tecnològic** @Revistecologic · 14 de maig  
Per fi li estem donant canya a @Bitlogic\_Life! 🤖

En parlarem al pròxim número de la revista. Recordeu que el podeu jugar en català! 🗨️



Rafel Perez - JamQue i OXiAB Game Studio

🗨️ 2 🔄 13 ❤️ 19 📊

Sempre s'adjuntarà una fotografia i s'etiquetarà a les persones, empreses i entitats relacionades amb la piulada, així com altres institucions en segons quins casos com ara el Departament de Cultura Digital, la Direcció General de Política Lingüística o altres portals amb els quals tinguem bona relació.

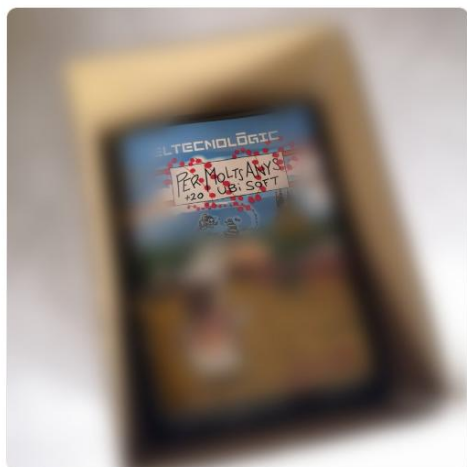
- Piulades informatives: informació de funcionament i altres aspectes relacionats amb la producció i distribució del producte. A banda de *Twitter*, *Telegram* cobra una especial importància, ja que envia notificacions i garanteix major atenció que *Twitter*.



**La Revista d'El Tecnològic** @Revistecologic · 18 d'abr.  
Ens ha despertat l'arribada d'un paquet que esperàvem amb candeletes 🎉

Us ho ensumeu? Tothom pendent a les 12:30h per treure aquest pixelat tan molest \*\*

Inclou sorteig sorpresa previ a les 11:30h! 🎁



Gaming.cat, Nintenhype.cat, oldschoolgames.cat i 2 més

🗨️ 8 ❤️ 9 📊



**La Revista d'El Tecnològic** @Revistecologic · 10 d'abr.  
El número d'abril de la revista ja està en fase d'impressió! Ben aviat us revelarem la portada, els continguts i com aconseguir-lo 📖

Mentrestant, podeu donar una ullada a la versió digital del número de febrer 📖

[issuu.com/3dnassos/docs/...](https://issuu.com/3dnassos/docs/...)



🗨️ 6 ❤️ 12 📊

**La Revista d'El Tecnològic**

Bon dia! Els i les mecenes inicials de Patreon teniu una important enquesta de cara als pròxims números de la revista.

Reviseu el vostre perfil, si us plau.  
Gràcies! 🙏😊

👁️ 22 18:47

- Plantilla de piulada de publicació de continguts: enfocada a noves entrades de la pàgina web. Incloure mínim una o dues etiquetes i mencionar protagonistes.



- Fil de publicació de la revista: piulades consecutives desgranant els continguts de cada nou número de la revista el dia del seu llançament. Incloure fotografies i etiquetar a les empreses relacionades amb el contingut dels articles, així com a les institucions i entitats relacionades amb la revista i que mantenen una bona relació.





Per altra banda, s'utilitzarà el canal de *YouTube* o *Twitch* amb vídeos informatius i promocionals pel llançament de cada número, desgranant la revista i els seus continguts com si es tractés d'un *unboxing*, un procés força lligat al món de *YouTube* i els videojocs on una persona desempaqueta i ensenya el producte.

A més a més, *3Dnassos* col·laborarà amb diverses entitats i organitzacions amb l'objectiu de dur a terme una promoció recíproca de l'activitat. Per exemple, s'establirà un acord de participació amb el Departament de Cultura Digital, cedint contingut estratègic als seus butlletins amb l'objectiu de tenir una major amplitud de repercussió i difusió a les seves xarxes socials. De fet, la mostra experimental del projecte ja ha aparegut anunciada al [butlletí d'abril de 2019](#) i ha rebut força difusió des del compte de Twitter del departament.

Finalment, s'assistirà a diverses reunions, quedades i esdeveniments organitzats per les diferents comunitats catalanes d'aficionats i aficionades als videojocs amb l'objectiu, no només de promocionar el nostre producte, sinó també per consolidar relacions i formar part de les mateixes comunitats amb la revista com a referent d'enllaç entre aquestes.

#### **4.3.4 Política de distribució**

La Revista *3Dnassos* es distribuirà principalment a través de dos canals:

- Botiga en línia: Inclosa, dins la pàgina web, permetrà tant la subscripció automàtica de pagament i rebuda a domicili de la revista com l'adquisició puntual de cada número en paper o digital. El procés de transacció s'efectuarà a través de *Paypal* o targeta de crèdit. El preu de l'enviament aplicat a la subscripció o la compra puntual del producte serà de 3€ (enviament ordinari + sobre amb dors de cartró).
- Col·laboradors de distribució: s'establirà un punt físic a Barcelona de compra a canvi d'un 10% de comissió sobre el preu del producte per l'establiment i un espai de publicitat dins la revista. No és viable una distribució massiva a causa

de la concreció temàtica del projecte i els costos que suposa aquest sistema, però tampoc es vol abandonar completament aquest mètode. Les revistes es portaran directament a l'establiment el dia abans del llançament del número i cada mes es farà un balanç de vendes.

#### 4.4. Cicle de producció

##### Pàgina web

És difícil establir una previsió de producció de la pàgina web, ja que no és el producte central de la empresa, sinó un suport complementari, per tant, no es regeix pels processos tradicionals de redacció i producció dels mitjans d'aquest àmbit. Tot i això, la producció de continguts de la pàgina web consistirà principalment en l'elaboració diària d'entre 4 i 6 notícies o peces d'actualitat amb una extensió sempre superior a 300 paraules per motius de SEO, ja que els buscadors tenen molt menys en compte el contingut inferior a aquesta extensió:

CICLE PRODUCTIU		
ETAPA	ACTIVITAT	DESCRIPCIÓ
Preproducció	Consell de redacció	El director i redactor repassen l'actualitat de la matinada anterior amb una reunió i decideixen si és convenient incloure alguna notícia abans de les que sorgeixin del mateix dia de producció
	Avís de noticable	El redactor selecciona noticiables i els transmet a la direcció
	Confirmació de direcció	La direcció confirma l'avís de noticable i dona pas a la producció
	Previsió de producció	El redactor confirma l'inici de producció

Producció	Elaboració del noticiable	El redactor elabora el noticiable
	Avís de publicació	El redactor avisa a direcció la fi de producció i publicació
Postproducció	Difusió	El redactor difon el producte via xarxes socials sota els criteris establerts a la política de comunicació
	Revisió	La direcció revisa que no hi hagi cap defecte en l'elaboració del producte
	Correcció	Si s'escau, la direcció informa al redactor les correccions o modificacions necessàries

### Revista

CALENDARI ORIENTATIU D'EXECUCIÓ	
Dia 2	Consell de redacció
Dia 2	Encàrrec de col·laboracions externes
Dia 3	Inici de documentació i producció de contingut propi
Dia 12	Rebuda de les col·laboracions i fi de la producció de contingut propi
Dia 13	Correcció de contingut
Dia 14	Informe de les correccions necessàries
Dia 16	Rebuda de les correccions necessàries
Dia 17	Encàrrec de maquetació
Dia 23	Rebuda de maquetació
Dia 24	Impressió
Dia 29	Transport al punt de recollida i enviaments
Dia 30-31	Promoció prèvia a la publicació
Dia 1	Publicació i difusió

CICLE PRODUCTIU		
ETAPA	ACTIVITAT	DESCRIPCIÓ
Preproducció	Consell de redacció	La direcció i el redactor planifiquen els continguts del pròxim número de la revista (a nivell de contingut es té en compte des de l'encàrrec de maquetació de l'anterior número)
	Encàrrec de col·laboracions	La direcció pacta i encarrega els articles de la revista provinents de les col·laboracions
	Encàrrec de portada	La direcció pacta i encarrega la il·lustració de la portada i de la làmina o punt de llibre
	Contactes i documentació	La direcció sol·licita si s'escau qualsevol material o informació necessària les empreses o organitzacions protagonistes del contingut planificat d'elaboració pròpia
Producció	Elaboració de continguts	La direcció i el redactor elaboren els continguts que no són col·laboracions
	Revisió de continguts	La direcció revisa tant el contingut propi com el provinent de les col·laboracions
	Correcció	La direcció informa les modificacions necessàries als col·laboradors i les aplica al contingut propi
	Maquetació	La direcció pacta i encarrega la maquetació de la revista sobre un esborrany de disseny establert
Postproducció	Impressió	La direcció envia a impremta la versió maquetada de la revista
	Transport	Es transporten els exemplars al punt de recollida
	Publicació	Es publica la revista i l'opció de la seva compra si hi ha estoc havent descomptat les subscripcions
	Difusió	Es difon via xarxes socials la publicació de la revista sota les pautes establertes a la política de comunicació
	Enviament	La direcció envia les revistes als subscriptors/es

#### 4.5 Ingressos i despeses

INGRESSOS I DESPESES DE VENDA						
PRODUCTE	QUANTITAT	PREU	DESPESES I TAXES		UNITAT	TOTAL
Revista Venda directa al punt de distribució	150	4,95€	IVA 4%	0,2	2,96	444
			Comissió 10%	0,5		
			Impressió revista	1,290		
Subscripció Enviament a domicili	200	7,95€	IVA 4%	0,32	3,01	602
			Paypal 2,9% + 0,35	0,58		
			Impressió revista	1,290		
			Impressió làmina	0,18		
			Impressió punt de llibre	0,086		
			Enviament	2,30		
			Sobre	0,18		
Revista Venda directa a domicili	650	7,95€	IVA 4%	0,32	3,28	2.132
			Paypal 2,9% + 0,35	0,58		
			Impressió revista	1,290		
			Enviament	2,30		
			Sobre	0,18		
-	-	-	-	-	-	3.178€

INGRESSOS PER PUBLICITAT			
PRODUCTE	QUANTITAT	PREU	TOTAL
Revista Exterior contraportada	1	400	400
Revista Interior contraportada	1	300	300
Revista Interior portada	1	300	300
Revista Pàgina interior	2	200	400
Pàgina web Banner lateral empreses	1	200	200
Pàgina web Banner lateral institucions	1	150	150
Pàgina web Article patrocinat	1	50	50
-	-	-	1.800€

ALTRES DESPESES DE PRODUCCIÓ				
CONCEPTE	QUANTITAT	PREU	TOTAL	-
Allotjament i domini web	1	6	6	-
Lloguer local	1	200	200	-
Internet local	1	39,95	39,95	-
Electricitat local	1	50	50	-
Aigua local	1	15	15	-
Gestoria	1	35	35	-

Encàrrecs de redacció	3	120	360	-
Encàrrecs d'il·lustració	1	400	400	-
Encàrrec de maquetació	1	450	450	-
Redactor Salari	1	1.300	1.300	-
Assignació de retribució director (propietari)	1	2.100	2.100	-
-	-	-	4.955,95	-

BALANÇ	
Ingressos	4.978€
Despeses	4.955,95€
Saldo final	+22,05€

#### 4.6 Organització i recursos humans

CÀRREC	TIPOLOGIA	FUNCIÓ
Director	Propietari de l'empresa	Gestionarà el projecte en tots els àmbits i a la vegada produint contingut de redacció
Redactor/a	Personal intern amb contracte temporal d'obra i servei	Sota les indicacions del director, serà el principal productor de contingut de la pàgina web i revista, a banda d'altres tasques comunicatives

Col·laboradors/es redacció revista	Personal extern freelance	Produir contingut específic per la revista sota l'encàrrec de la direcció
Il·lustrador/a	Personal extern freelance	Produir les il·lustracions de portada, làmina d'art i punt de llibre sota l'encàrrec de la direcció
Dissenyador/a gràfic/a	Personal extern freelance	Maquetar la versió final de la revista sota unes directrius inicials ja establertes per la direcció

#### 4.6 Inversions inicials

Inclou les despeses inicials úniques fora del cicle productiu regular imprescindibles per la posada en marxa del projecte aportades pel propietari de l'empresa com a inversió:

CONCEPTE	QUANTITAT	PREU	TOTAL
Disseny i construcció web	1	600	600
Ordinador portàtil	1	400	400
Ordinador sobretaula amb accessoris	1	500	500
Monitor 24"	1	100	100
Càmera fotos/vídeo	1	500	500
Taula d'oficina	1	150	150
Cadires d'oficina	3	50	150
Material d'oficina divers	1	50	50
-	-	-	2.450€



## 5. ANÀLISI DE MERCAT

### 5.1 Definició del públic objectiu

La Revista *3Dnassos* compta amb un conjunt de característiques poc comú a la majoria de mitjans de comunicació. És per això que el perfil del públic objectiu també serà molt definit i concret.

Per començar, es tracta d'una publicació editada en català, per tant, es limita lingüísticament a aquelles comunitats que parlen català. S'inclou també el valencià i la família del català balear. No obstant això, s'ha de tenir en compte que l'agenda temàtica de la revista es centrarà principalment en l'activitat del sector a Catalunya, així que segurament no causarà el mateix interès a les persones residents a la Comunitat Valenciana i Illes Balears.

Dins d'aquesta segmentació lingüística i geogràfica, s'afegeix indispensablement l'interès o afició pels videojocs en general. Segons el Llibre Blanc dels Videojocs de 2019, pràcticament un 30% de catalans jugava a videojocs l'any 2016. Això suposa un 8% més que el 2015, per tant, es pot deduir que en l'actualitat el percentatge encara és major.

Tornant al factor lingüístic, el clar component sentimental i ideològic de la revista cap a la llengua catalana i la seva normalització al sector dels videojocs i el seu periodisme requereix també un perfil de públic amb una mínima inquietud i consciència social en aquest sentit, donant un valor addicional al projecte sobre altres de la mateixa temàtica pel fet que s'editi en català. En la mateixa línia, es pretén arribar a persones interessades en el que ocorre a casa seva, tant en els videojocs com en qualsevol altre àmbit.

Afortunadament, tal i com defensava el director de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona a la Jornada Internacional de Mitjans de Proximitat de 2015, "La xarxa modifica els espais i beneficia els més petits. L'era d'Internet afavoreix als mitjans de proximitat. La xarxa és global, però la producció de continguts és local. Avui ser minoria pot ser un avantatge si es crea una cultura de producció de continguts de qualitat des de la proximitat." De fet, segons el Baròmetre de la

Comunicació i la Cultura de 2012, la premsa local catalana manté el lideratge amb més d'1 milió de lectors i lectores en un any.

Aquesta forta identitat tant amb la llengua catalana com amb el contingut de proximitat i la consciència de la seva importància requereix un cert nivell sociocultural i educatiu. És per això que *3Dnassos* no inclou en general com a públic objectiu les persones per sota de la minoria d'edat, ja que es considera que encara no han adquirit els coneixements i la consciència que els pugui provocar aquest interès o inquietud. De la mateixa manera, no només l'edat és un factor decisiu en aquest aspecte, ja que també té una gran importància el nivell d'estudis. En general, el perfil de la persona compromesa amb la llengua catalana i els continguts de proximitat acostumen a tenir un nivell educatiu mitjà o alt, com ara titulacions universitàries o activitats laborals pròximes a la cultura.

La mostra experimental de la revista permet confirmar aquest anàlisi, ja que d'entre la cinquantena de revistes que s'han pogut vendre, només en dues ocasions el client no superava la majoria d'edat. Tot i això, complia el perfil teòric de públic objectiu.

Així doncs, la Revista *3Dnassos* s'adreça a un perfil de públic objectiu amb les següents característiques:

- Afició pels videojocs
- Parla catalana
- Entre 18 i 40 anys aproximadament
- Nivell educatiu mitjà/alt
- Identitat i compromís amb la proximitat

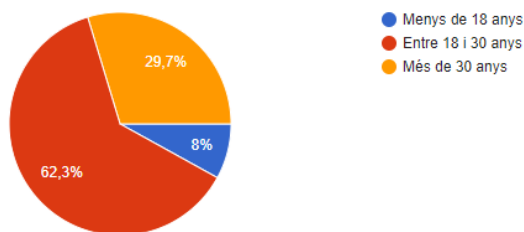
Per mesurar fins a quin punt és cert el potencial interès de la revista per part d'un perfil semblant al descrit anteriorment, s'ha realitzat una enquesta amb preguntes estratègiques sobre el coneixement de la indústria catalana del videojoc i l'actitud respecte la proposta amb la que neix *3Dnassos*. S'ha compartit un formulari entre segments de públic universitari que afirmava un mínim interès pel sector del videojoc i difós també a través dels comptes oficials de la Direcció General de Política Lingüística (DGPL) ([@llenguacatalana](#)) i Plataforma per la Llengua ([@llenguacat](#)), ja que s'ha

considerat que la seva base seguidors pot tenir un alt nivell de semblança amb el perfil de públic objectiu descrit.

Gràcies a aquesta difusió controlada s'ha aconseguit una mostra fiable de 176 respostes. Podria haver estat fins i tot major si s'hagués difós el formulari massivament, però els resultats haurien perdut valor, ja que amb una mostra sense filtres no es reflectiria realment el coneixement i actitud del públic al qual es vol adreçar el producte.

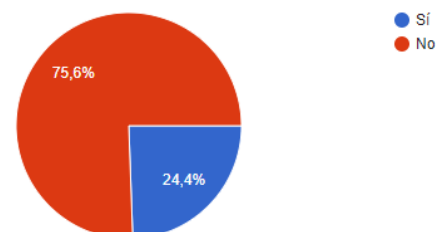
#### Edat

175 respostes



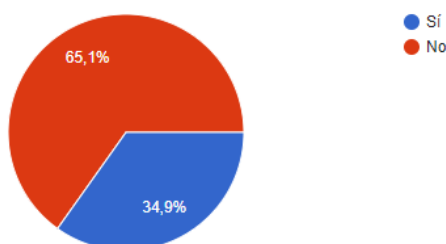
#### Coneixes alguna empresa desenvolupadora de videojocs catalana?

176 respostes



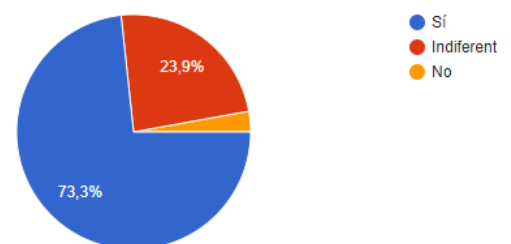
#### Coneixes algun videojoc que es pugui jugar en català?

175 respostes



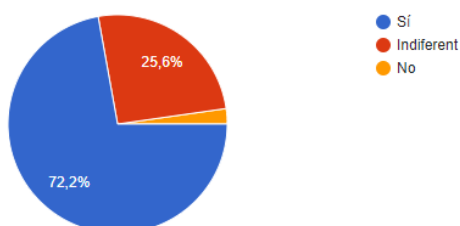
#### T'agradaria o t'agrada jugar a videojocs disponibles en català?

176 respostes



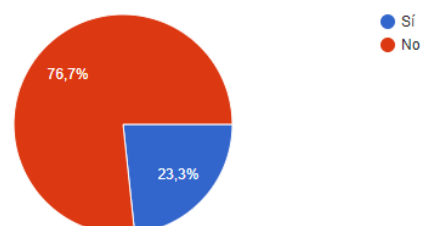
#### T'agradaria tenir més coneixement sobre el sector del videojoc a Catalunya i els videojocs en català?

176 respostes



#### Coneixes algun mitjà de comunicació o espai especialitzat en aquesta temàtica?

176 respostes



En primer lloc, cal destacar que tot i el creixement exponencial durant els últims anys d'empreses i estudis desenvolupadors de videojocs a Catalunya, més d'un 75% no en coneix cap. En la mateixa línia, un 65% no coneix cap videojoc que es pugui jugar en català. Cal recordar que només entre abril i juny de 2019, temps durant el qual s'ha realitzat aquesta enquesta, han aparegut com a mínim 5 títols disponibles en català:

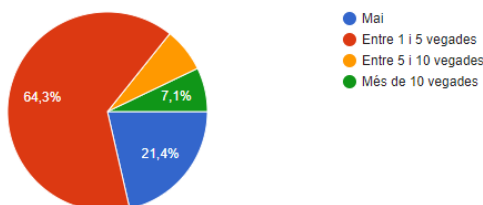
- Super Tennis Blast - Unfinished Pixel
- Bitlogic: A Cyberpunk Arcade Adventure – OXiAB Game Studio
- SlabWell: The Quest for Kaktun's Alpaca - Undercoders
- Koral - Carlos Coronado
- Smoots World Cup Tennis (rellançament a Xbox One) - Kaneda Games

Malgrat aquest desconeixement tan evident, resulta sorprenent que més d'un 73% tingui interès en jugar a videojocs en català. A la vegada, que un 72% vulgui rebre informació sobre aquesta temàtica demostra que fins ara no hi ha cap referent comunicatiu que satisfaci aquesta demanda informativa existent.

Per altra banda, en contraposició a aquesta enquesta, s'ha preguntat a 13 estudis catalans (*3D2 Entertainment, Anarkade, Anticto Games, Black Alligator Games, Fuet Studios, Grimorio of Games, Jandusoft, Jordi Martos, Kohda Interactive, Nape Games, 8Bit Studio, Tomas Bravo, Unfinished Pixel*) la seva opinió respecte la cobertura informativa que han rebut:

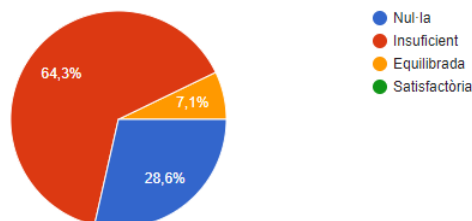
Quantes vegades aproximadament s'ha cobert o has vist difusió de la teva activitat o projectes per part d'un mitjà de comunicació català professional o semiprofessional?

14 respostes



Com definiries la cobertura de la indústria catalana del videojoc en general per part dels mitjans de comunicació catalans?

14 respostes



Tot i el creixement de la indústria, més de la meitat d'estudis només han aparegut als mitjans de comunicació entre 1 i 5 vegades, mentre que 4 estudis no han rebut mai cap tipus de cobertura informativa, considerada nul·la o insuficient per 12 dels 13 estudis.

Així doncs, es pot concloure que:

- Existeix un públic que vol jugar a videojocs en català i conèixer més sobre la indústria catalana
- Aquest mateix públic té un gran desconeixement a causa d'una demanda nul·lament satisfeta
- La temàtica d'aquesta demanda ha tingut un gran creixement durant els últims 5 anys
- Encara no existeix cap espai especialitzat que tracti la temàtica d'aquesta demanda
- Els responsables d'aquest creixement no estan satisfets amb la cobertura informativa

## **5.2 Anunciants**

És important també definir un perfil d'anunciants. En la mateixa línia que el públic objectiu, les característiques diferenciadores de *3Dnassos* suposen també una delimitació major de la tipologia d'anunciants potencials, però a la vegada poden provocar una atracció addicional gràcies a compartir un perfil de públic potencial molt identificat. Abans de tot, cal destacar que es renuncia a la publicitat d'empreses i estudis de videojocs, ja que formen part directament i de la pròpia agenda temàtica de la revista i es considera incompatible des d'un punt de vista ètic i professional. No obstant això, lògicament la majoria de potencials anunciants estan relacionats amb el sector dels videojocs, sobretot els que concentren la seva activitat a Catalunya, així com institucions i organitzacions que defensen i treballen per la llengua catalana i la

seva normalització, ja que és també un dels valors essencials tant de la revista com del seu públic potencial.

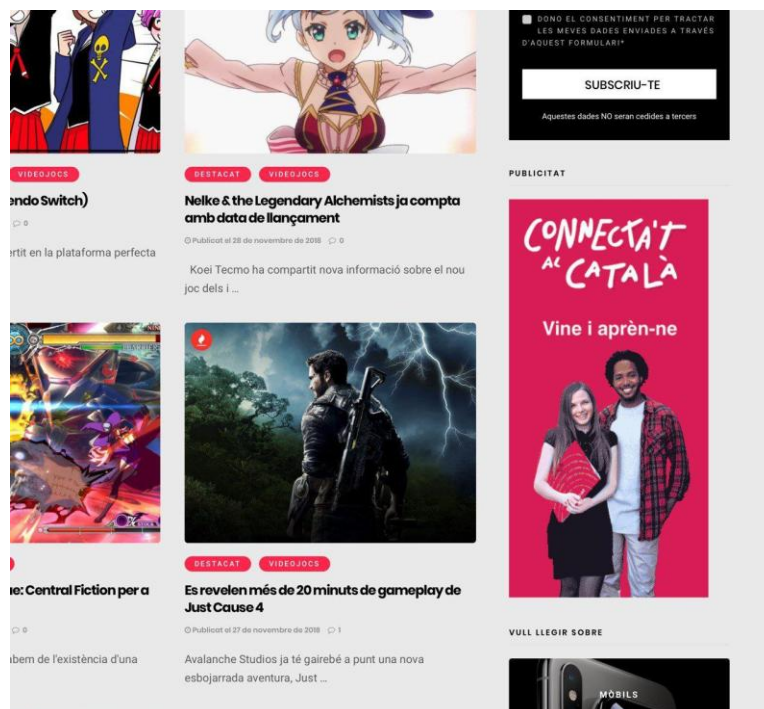
El primer gran bloc d'anunciants amb més potencial són, sense dubte, les empreses i organitzacions pertanyents al sector educatiu en l'àmbit dels videojocs situades a Barcelona o disponibles en català en línia. La coincidència temàtica, geogràfica i lingüística converteix *3Dnassos* en un dels espais més favorables per a aquests anunciants, sobretot si són de caràcter totalment privat, atraient el tràfic aficionat als videojocs que poden buscar i no segurament no troben amb tanta efectivitat en altres mitjans, ni tan sols altres també relacionats amb els videojocs.

Segons el Llibre Blanc de la Indústria del Videojoc de 2019, les universitats que compten amb graus, postgraus o màsters relacionats amb els videojocs són ENTI-UB, UPC, UPF, UdG, UVic-UCC i UOC. Tot i no aparèixer, cal destacar que la UAB també ofereix cursos que confereixen crèdits ECTS i la Salle de la URL compta amb una menció en videojocs dins el Grau en Enginyeria Multimèdia. No obstant això, també hi ha centres privats que ofereixen formació com ara l'Escola Superior de Comunicació, Imatge i So, l'Escola Professional d'Aplicacions Informàtiques i SAE Institute.

També existeixen plataformes en línia a nivell nacional i internacional com l'Institut Tecnològic MasterD o U-Tad, tot i que no tenen tant potencial a causa de no concentrar tant la seva activitat en Catalunya. Així mateix, es poden incloure altres centres que, tot i no estar tan directament relacionats amb els videojocs, segueixen compartint públic objectiu amb la revista, com ara escoles de còmic, dibuix i disseny de personatges, programació general, etc. Un bon exemple és l'Escola Joso – Centre de Còmic i Arts Visuals, la qual ofereix cursos puntuals de disseny de personatges per a videojocs.

El segon gran bloc d'anunciants amb més potencial són les institucions públiques i entitats sense ànim de lucre que defensen la normalització de la llengua catalana a través de campanyes i organització d'esdeveniments. El principal exemple és la Generalitat de Catalunya a través de la Direcció General de Política Lingüística (DGPL), l'objectiu de la qual és promoure l'ús de la llengua catalana on hi hagi més dificultats, com pot ser el cas del sector de la tecnologia i els videojocs. De fet, la DGPL ja ha dut a

terme dues campanyes publicitàries a la pàgina web amb la qual s'ha col·laborat durant la realització de la mostra experimental (*El Tecnològic*) amb una duració de 2 mesos (novembre i desembre) i un import de 350 euros en total. De la mateixa manera, va proposar incloure publicitat a la contraportada de la revista durant 5 números per un valor total d'uns 500 euros, tot i que no s'ha pogut materialitzar dins del període de la mostra experimental a causa d'un endarreriment administratiu generalitzat dins del departament.



**Pàgina web d'*El Tecnològic* amb el banner lateral de la campanya de publicitat de la DGPL duta a terme el desembre de 2018**

Cal destacar també que el Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) ofereix cursos relacionats amb els videojocs, tot i que no deixa de formar part de la mateixa Generalitat. Així doncs, es tractaria d'un anunciant potencial amb una relació que pot anar més enllà de la publicitària, ja que els seus objectius no són els mateixos que el de les empreses privades. De fet, la mateixa DGPL ha obert les portes a la revista a col·laborar en la formació d'una eina o plataforma institucional dedicada als videojocs en català similar a la que ja existeix amb el cinema.

### 5.3 Precedents i competència

Durant l'elaboració del projecte ja s'ha destacat en múltiples ocasions la singularitat de les seves característiques i, en conseqüència, la limitació del públic objectiu i anunciants que pot atraure. Com a contrapartida, però, la competència és molt baixa, pràcticament nul·la. Actualment no existeix cap revista en paper de videojocs en català, ni molt menys focalitzada en la indústria catalana i el contingut de proximitat. De fet, mai n'ha existit una exceptuant l'únic precedent de *Mega Flash*, una revista mensual en català sobre el sector en general editada el 1994 que només va llençar 4 números:

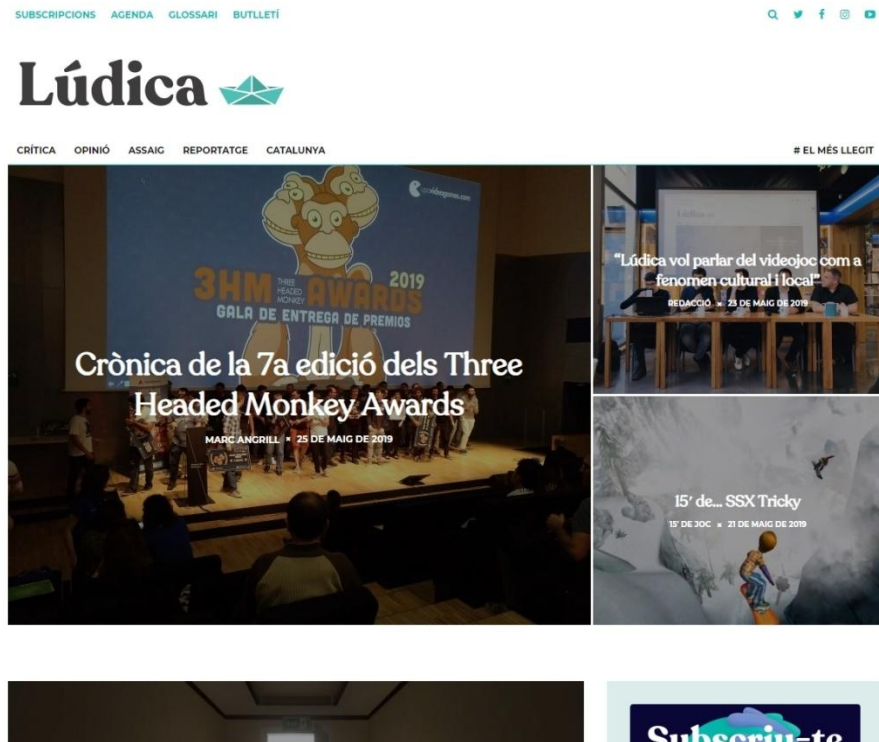


Portades dels dos primers números (març i abril de 1994) de la revista *Mega Flash*

Pel que fa a la pàgina web, encara que no sigui el producte central del projecte, cal destacar existeixen diversos portals en llengua catalana que produeixen continguts sobre videojocs, tot i que no tenen una perspectiva professional. De fet, s'apropen més a comunitats d'aficionats i aficionades que a un mitjà de comunicació. Així doncs, no existeix cap mitjà digital en català que cobreixi l'actualitat general del sector. És cert que el diari *ARA* compta amb una divisió de videojocs i tecnologia sota el nom de *Vadejocs*, però és molt inactiva, es limita a continguts puntuals inclosos a *ARA Play* i no té secció o pàgina web pròpia.



De fet, els seus responsables van crear el juny de 2018 un altre mitjà digital independent sota el nom de *Lúdica* que es pot considerar competència directa de *3Dnassos*, ja que comparteixen diversos principis i objectius.



[Pàgina principal i principis de Lúdica](#)

*Lúdica* proposa un model de negoci *freemium* amb una part de contingut en obert i una altre d'accés anticipat a través d'una subscripció a la plataforma de mecenatge continu *Aixeta*. Amb tot, cal destacar que no ofereixen cap producte en paper pel preu de la subscripció, per tant, es pot considerar competència directa pel que fa a la pàgina web i indirecta si englobem la revista. A més a més, el contingut web de *3Dnassos* tindria un caràcter més d'actualitat per compensar el de la revista, mentre que *Lúdica* sembla no oferir una cobertura informativa d'actualitat general.

Seguint amb la pàgina web, també es poden considerar competència indirecta altres portals en castellà que tracten també el sector dels videojocs, com ara *Meristation*, *HobbyConsolas*, *Nintenderos*, *Eurogamer*, *3Djuegos*, *Vandal*, entre d'altres. Tot i això, queden lluny de l'entorn i la comunitat en la que es mouria *3Dnassos*, ja que tant les característiques del projecte com el públic objectiu són ja bastant més diferents que en el cas de *Lúdica*.

Pel que fa a les revistes en paper, que realment és el principal producte de *3Dnassos* i, per tant, on s'ha de tenir més en consideració la competència, cal recordar que no n'existeix cap en llengua catalana ni centrada en l'activitat a Catalunya. Es poden considerar com a competència indirecta les revistes en castellà que també tracten el sector dels videojocs, ja analitzades al marc teòric, destacant per damunt de totes *Games Tribune*, ja que és probablement la més semblant pel que fa a estètica i model de negoci tot i la diferència lingüística i temàtica. De fet, la revista de *3Dnassos* s'inspira en *Games Tribune* en aspectes com la qualitat tècnica del producte, la inclusió d'extres com il·lustracions o punts de llibre per a col·leccionar o el caràcter transmèdia del projecte. Tot i això, com s'ha analitzat a la política de preus, *3Dnassos* i *Games Tribune* són totalment compatibles dins del mercat tot i ser competència, ja que l'adquisició d'una no substitueix la necessitat de l'altre.

Així doncs, es pot concloure que *3Dnassos* no té actualment competència directa evident excepte si només es té en compte el producte de la pàgina web, on hi és present *Lúdica*. La resta de revistes en paper no són productes substitutoris i només *Games Tribune* s'apropa una mica en alguns aspectes.

## 6. PROCÉS DE TREBALL I APRENENTATGE

Durant l'elaboració d'aquest treball també s'ha realitzat una mostra experimental amb l'objectiu de recollir informació empírica i tangible que servís com a orientació a l'hora de definir certs aspectes del disseny empresarial i del propi producte. Cal recordar que aquesta mostra s'ha realitzat sota un altre nom i amb la col·laboració d'un mitjà de comunicació semiprofessional anomenat *El Tecnològic*, en el qual hi col·laboro puntualment i m'ha permès utilitzar la pàgina web i les xarxes socials per difondre-la i posar-la en marxa més fàcilment. Tot i això, la creació i desenvolupament ha estat dirigida per mi i no ha tingut ingerència per part de *El Tecnològic*. Així doncs, no es tracta d'una aplicació d'aquest treball, el qual s'ha realitzat com a nou projecte amb previsió de ser aplicat de forma independent, sinó que la mateixa mostra s'ha realitzat simultàniament com a prototip que el complementi i l'enriqueixi. La totalitat de la mostra, és a dir, els tres números realitzats, s'adjuntaran a l'annex.

La idea del projecte i de la revista en paper neix com a continuació de diverses publicacions només en digital i l'activitat de col·laboració a la pàgina web de *El Tecnològic*, període en el qual vaig entrar en contacte amb diverses comunitats d'aficionats i aficionades als videojocs, així com amb el departament de Cultura Digital de L'Institut Català d'Empreses Culturals. El concepte del prototip del projecte va tenir una gran acollida i, després de diverses reunions informals amb la directora del departament, Marisol López, vaig aconseguir el permís per organitzar una presentació en societat a l'estand de *Catalan Arts* durant els tres dies en els que es va celebrar el *Barcelona Games World* (ara *NiceOne Barcelona*), un dels esdeveniments més importants del país dins del sector dels videojocs i l'oci digital.

Em van concedir una acreditació de premsa i vaig imprimir 100 exemplars del número debut per ser repartits gratuïtament amb l'objectiu de donar a conèixer el projecte tant a nou públic com a les empreses i estudis catalans que estaven dins de l'estand. La presentació va tenir uns resultats que van superar les meves expectatives, ja que moltes persones es van interessar en el projecte i vaig haver de dosificar els exemplars durant els tres dies i reservar-ne per a persones que ja coneixien el projecte i n'havien

demanat abans de l'esdeveniment. El departament de Cultura Digital em va proporcionar espais i ajuda, així com difusió a través del seu compte oficial de Twitter.



Primera piulada ensenyant la revista des de l'anunci del projecte



Piulada promocional del primer dia de presentació



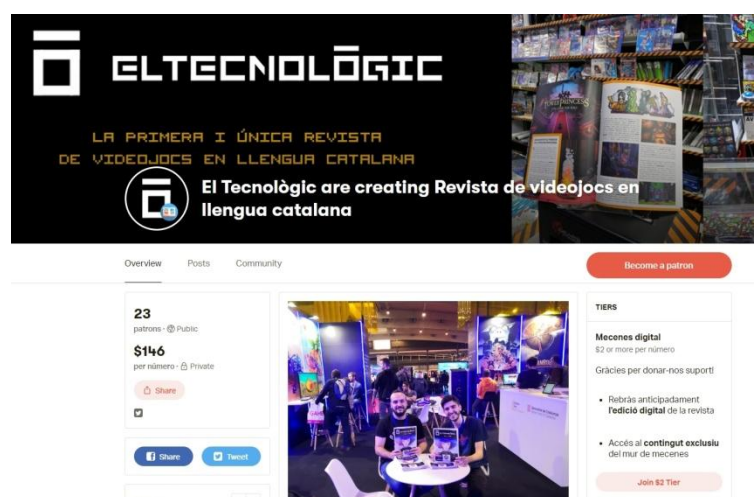
Piulada del compte de Twitter del departament de Cultura Digital promocionant la presentació del projecte durant l'esdeveniment

Després de l'èxit de la presentació, vaig decidir obrir una campanya de mecenatge continu a través de la plataforma *Patreon* per fer possible la producció de nous números en paper i ajustar-me a la demanda que hi pogués haver. Tot i el poc temps de vida del projecte, 23 persones van subscriure's a la campanya. Pel que fa a la distribució, vaig arribar a un acord amb una botiga de videojocs de Barcelona amb el que, a canvi de publicitat a la revista, es comprometia a ser un punt de recollida de la revista per als subscriptors de la campanya i altres persones que adquirissin més tard exemplars sobrants. Tot i això, també vaig donar la opció de rebre-la a domicili amb el pertinent increment de preu.

La producció del segon número va millorar molts aspectes de la maquetació (sempre realitzada per) i va solucionar errors bàsics del primer número, com ara els marges blancs exteriors. També va suposar un salt de qualitat de continguts gràcies a la incorporació de noves col·laboracions d'altres portals de la comunitat, fins i tot d'un professor i desenvolupador de videojocs (Víctor Pedreño, de l'estudi Grimorio of Games i professor a ENTI-UB). De la mateixa manera, va augmentar la qualitat tècnica del producte gràcies als contribuents de la campanya, amb un paper de gramatge superior i una coberta més dura. A més a més, una persona es va oferir a il·lustrar les portades, sempre protagonitzades per videojocs catalans.



Portada del segon número (febrer 2019)



Pàgina de la campanya de Patreon per al segon número (febrer 2019)



La comercialització i distribució del segon número va anar a la perfecció. Moltes persones van compartir la seva satisfacció via. Tot i això, no es van arribar a cobrir les despeses d'impressió, ja que vaig fer una comanda de 50 exemplars, una xifra que suposa un cost molt alt per unitat impresa i requeria la venda dels 50 exemplars per recuperar la inversió. Malgrat tot, es van vendre a poc a poc i actualment ja no en queda cap en estoc.



Mireia  
@MireiaCaballe

Seguint

Ja la tenim a casa! Quina millora de qualitat d'impressió i de continguts, molt bona feina!!  
@Revistecnologic



5:50 - 28 de febr. de 2019

6 retuits 14 agradaments

2 6 14



Hiboshi [Bloody Crunch]  
@HiboshiV

Seguint

Us heu passat amb la qualitat del paper  
@Revistecnologic xD



12:19 - 27 de febr. de 2019

1 retuit 6 agradaments

1 1 6



Gràcies a la trajectòria de col·laboració a El Tecnològic i la bona arrancada del projecte, vaig aconseguir reunir-me amb la Direcció General de Política Lingüística (DGPL), concretament amb l'Ester Franquesa (directora), l'Anton Ferret (cap del Servei d'Informació, Difusió i Estudis) i la Montserrat Nadal (cap del Servei de Foment de l'Ús del Català). La DGPL havia obert precisament una branca de treball enfocada a la normalització de la llengua catalana al sector dels videojocs i la tecnologia, així que el projecte de la revista captar el seu interès i es va proposar la compra parcial d'exemplars o la inclusió de publicitat institucional a la revista, així com la col·laboració en difusió. A més a més, em van proposar la meua col·laboració en la creació d'una plataforma dins del portal de la Generalitat que recollís els videojocs que es poden jugar en català, semblant a Cinema en Català o el *Cercaaps* (cercador d'aplicacions mòbils disponibles en català).



Fotografia de la reunió amb la DGPL, difosa a través del Twitter del departament

Pel que fa a la comercialització del tercer número de la mostra, vaig veure que les subscripcions s'havien estancat completament. De fet, vaig rebre múltiples missatges i comentaris de persones interessades en la revista que em suggerien canviar el mètode de finançament. Vaig concloure que *Patreon* no era la plataforma més adequada, ja que generava certa desconfiança entre el nou públic que no ens coneixia d'abans. Era una plataforma força desconeguda i confusa pel que fa a funcionament, a banda d'estar disponible només en anglès i expressar les xifres en dòlars.

Així doncs, vaig optar per deixar enrere la campanya de mecenatge i, amb la col·laboració de El Tecnològic, vaig obrir una secció a la pàgina web per adquirir directament el pròxim número de la revista a través de pagament per Paypal o targeta de crèdit. Tot i no tenir una orientació de la demanda, vaig fer una comanda de 100 exemplars. Afortunadament, el canvi de plataforma i procés d'adquisició va ser un encert, ja que es van vendre més de 60 unitats, recuperant pràcticament el cost d'impressió de la comanda sencera.

Mobile
Videojocs
Smart Cities
Presentat
Podem

ELTECNOLÒGIC

Navega
Cerca

La revista

La Revista d'El Tecnològic neix amb l'objectiu de normalitzar la llengua catalana en el sector dels videojocs. Us heu preguntat per què molts títols no incorporen la nostra llengua? A banda de motius més o menys justificats, obviem el més important... **Per jugar a videojocs en català, cal parlar en català de videojocs!**

Hi ha revistes que parlen de música, literatura, cinema, teatre... Cada vegada hi ha més producció catalana i un públic que la valorem. Però el sector dels videojocs no té res a envejar! A Catalunya hi ha moltes desenvolupadores amb videojocs fantàstics que tenen més ressò a l'estranger que a casa nostra. I això no pot seguir així!

Creiem que el format revista aprofita tot el seu potencial en paper. De petits ens agradava llegir i passar les pàgines tranquil·lament, així com conservar els números a la prestatgeria de l'habitació com si fos una col·lecció. **Volem reviure aquesta etapa en català!**

Hi podreu trobar actualitat general del sector, una secció dedicada a la indústria catalana, articles d'opinió, reportatges temàtics i col·laboracions de diversos portals referents de la comunitat catalana.

Seguete @revistatecnologic

Preguntes freqüents

Com puc aconseguir la revista?

Cada 2 mesos es publica un nou número en paper de la revista. Sota aquest bloc de preguntes freqüents pots aconseguir exemplars cada número.

Com funciona la recollida en persona?

Per l'edició en paper pots escollir entre recollir-la en persona al nostre punt de distribució o enviament a domicili.

Com funciona l'enviament a domicili?

Per l'edició digital t'enviarem un enllaç via correu electrònic que et redirigirà a la visualització d'issuu en mode revista.

Quin ús farem de les teves dades?

Col·lecció de números

OFERTA COL·LECCIÓ COMPLETA  
Aconseguix la col·lecció completa actual a preu reduït (desembre, febrer i abril).

Recollida en persona (9,90€)

Enviament a domicili (12,50€)

ABRIL 2019  
Portada dedicada a Ubisoft Barcelona i als seus 20 anys de trajectòria.

Recollida en persona (4,95€)

Enviament a domicili (7,50€)

FEBRER 2019  
Portada dedicada a Summer in Mara i Tower Princess, dos videojocs valencians.

Recollida en persona (4,95€)

Enviament a domicili (7,50€)

Pàgina web de la botiga de la revista

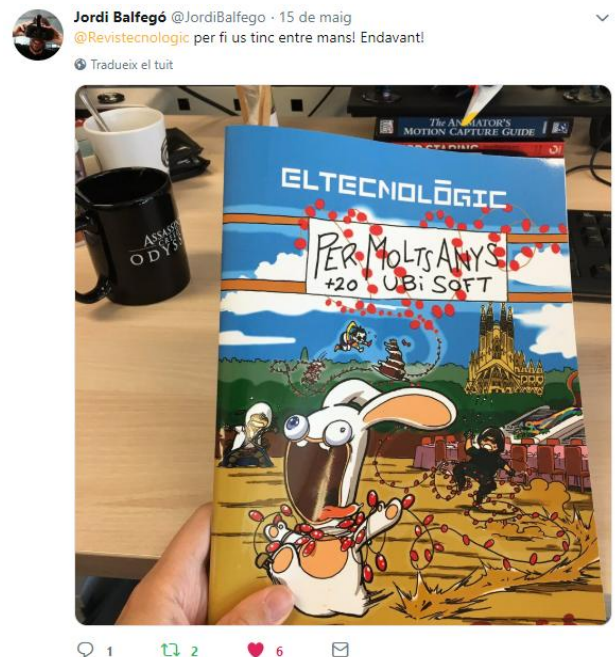
De fet, gràcies a la major llibertat d'opcions que proporciona una pàgina web dedicada de compra, vaig poder fer ofertes especials i promocions amb l'objectiu d'aconseguir nou públic i a la vegada vendre exemplars anteriors, recuperant poc a poc les passades inversions. Per exemple, pel dia de Sant Jordi (23 d'abril de 2019), vaig oferir la col·lecció completa en paper (els 3 números) a pràcticament el preu d'un exemplar. Fins i tot es va fer una petita reimpressió del número de desembre (25 unitats) per satisfer la demanda de la col·lecció completa. Així doncs, des del primer dia de comercialització del número de febrer fins el tancament d'aquest treball, s'han venut aproximadament 120 revistes.



Així doncs, amb l'últim número d'abril vaig notar un creixement de públic nou. És possible que l'estancament de subscripcions a Patreon no fos únicament pels inconvenients de la plataforma, sinó també per no haver tingut prou repercussió fora de l'entorn que ja ens coneixia des del llançament del primer número o fins i tot des d'abans. Tant és així que, durant el llançament dels números de febrer i abril, el compte de Twitter dedicat a la difusió i promoció de la revista ([@revistecnologic](https://twitter.com/revistecnologic)) va augmentar en més de 200 seguidors/es, passant d'uns 400 i escaig a gairebé 700 i essent la majoria persones no relacionades amb els entorns coneguts i fidelitzats.



Venda d'una col·lecció completa durant l'oferta de Sant Jordi



Un comprador del número d'abril de la revista i desenvolupador a Ubisoft Barcelona, l'estudi més important del sector a Catalunya

Per acabar, a finals de maig vaig rebre novetats sobre la campanya publicitària que volia incloure la DGPL a la revista. De fet, ja havia de ser efectiva per la producció dels tres primers números, però la gestió administrativa es va endarrerir. No obstant això, puc confirmar que els pròxims números de la revista fins a final d'any (previstos per a juliol, setembre i novembre) tindran una inversió publicitària de 500 euros en total a canvi de les tres contraportades i un article de contingut propi de la DGPL. No s'ajusta al disseny empresarial del treball, però la previsió és començar a aplicar-lo a partir de gener de 2020, ja que fins a final d'any ja hi ha continguts i tractes planificats.

## 7. CONCLUSIONS

Tot i que ja s'han anat extraient conclusions durant la realització del marc teòric, disseny empresarial i procés d'aprenentatge, és adient tancar el treball amb un resum global de premisses sintètiques.

En primer lloc, tant el marc teòric com l'experiència del procés de treball i aprenentatge ratifiquen la viabilitat d'un projecte d'aquestes característiques gràcies a l'existència d'un nínxol de mercat que, malgrat ser petit, està completament desatès i té interès notable de consum. Les reaccions del públic en rebre les revistes i l'augment constant de repercussió a les xarxes socials n'és el millor exemple. És cert que els resultats no s'acosten a les expectatives del disseny empresarial, però tenint en compte que s'ha realitzat de forma experimental i s'ha desenvolupat pràcticament des de zero en menys de mig any i sense tenir la dedicació professional i d'inversió de temps que requereix, crec que ha estat un èxit, com a mínim per confirmar les hipòtesis de viabilitat i potencial.

En segon lloc, cal destacar també el suport i interès institucional per al projecte, establint una estreta relació amb el departament de Cultura Digital i arribant fins i tot a un acord d'inversió publicitària amb la Direcció General de Política Lingüística, un assoliment fins i tot sorprenent per mi, ja que no esperava que la producció experimental dels tres primers números arribés tan lluny en aquests aspectes. Aquesta situació demostra que no només hi ha una demanda de públic, sinó també d'institucions i organitzacions que treballen pels objectius i valors que promou i defineixen aquest projecte.

Finalment, cal admetre que, tot i els indicadors positius, les limitacions i alguns factors externs al projecte faran difícil el compliment de les expectatives i previsions del disseny empresarial, com a mínim a curt termini (sempre que el factor de la sort no tingui un cop d'influència inesperat). Tot i això, la realització d'aquest treball em permet reafirmar la meva aposta ferma sobre el projecte, no només a nivell conceptual, sinó a nivell de viabilitat professional, que la vessant que més dubtes m'havia generat abans de concloure aquest treball.

## 8. BIBLIOGRAFIA

### Llibres

- Llano, Rafael, (2012). *Revistas Culturales y de Consumo*. Madrid, Editorial Fragua

### Bibliografia web

- Institut Català de les Empreses Culturals, (03/2019). *El Sector del Videojoc a Catalunya*. [en línia] [Consultat: 03/2019]. No disponible a Internet, accés anticipat gràcies a l'autor.
- Institut Català de les Empreses Culturals, (30/06/2017). *Llibre Blanc de la Indústria Catalana del Videojoc 2016*. [En línia] [Consultat: 03/2019]. Disponible a Internet: [https://issuu.com/icec\\_generalitat/docs/lilibre\\_blanco](https://issuu.com/icec_generalitat/docs/lilibre_blanco)
- Pérez, Oliver; Sora, Carles; Oliva, Mercè; Brito-fuentes, Carla, (01/07/2018). "La Producció de Videojocs a Catalunya". [En línia] [Consultat: 03/2019]. Disponible a Internet: [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/32555/informe\\_videojocs\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/32555/informe_videojocs_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Scolari, Carlos Alberto, (17/02/2013). ¿Tienen Futuro las Revistas Impresas? [En línea] [Consultat: 12/03/2019]. Disponible a Internet: <https://hipermediaciones.com/2013/02/17/tienen-futuro-las-revistas-impresas/>
- Casero-Ripollés, Andreu, (2010). *Prensa en Internet: Nuevos Modelos de Negocio en el Escenario de la Convergencia*. [En línia] [Consultat: 12/03/2019]. Disponible a Internet: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/22432/46493.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ritort, Josep, (2015). *AMIC: Mitjans de Proximitat, Periodisme de Confiança*. [En línia] [Consultat: 12/03/2019]. Disponible a Internet: <https://m.amic.media/noticies/AMIC: mitjans de proximitat periodisme de confiança-2021.html>

- Belli, Simone; López, Cristian, (2008). *Breve historia de los videojuegos*. [En línea]  
[Consultat: 08/03/2019]. Disponible a Internet:  
<https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n14/15788946n14p159.pdf>

#### Altres fonts consultades

- HobbyConsolas. Disponible a Internet:  
<https://www.axelspringer.es/publicacion/hobby-consolas/>
- Meristation. Disponible a Internet: <https://as.com/meristation/>
- Nintenderos. Disponible a Internet: <https://www.nintenderos.com/>
- Eurogamer. Disponible a Internet: <https://www.eurogamer.es/>
- 3Djuegos. Disponible a Internet: <https://www.3djuegos.com/>
- Vandal. Disponible a Internet: <https://vandal.elespanol.com/>
- Revista Playmanía. Disponible a Internet:  
[http://www.grupov.es/docs/PLAYMANIA\\_2018.pdf](http://www.grupov.es/docs/PLAYMANIA_2018.pdf)
- Revista ComputerHoy. Disponible a Internet:  
<https://www.axelspringer.es/src/uploads/2018/11/TARIFAS-ComputerHoy-2019.pdf>
- Revista EDGE. Disponible a Internet: <http://revistaedge.com/>
- Games Tribune. Disponible a Internet: <https://www.gamestribune.com/>
- Lúdica. Disponible a Internet: <https://ludica.cat/>

## 9. ANNEXOS

### 9.1 Annex A - Empreses catalanes de videojocs



Els videojocs marcats amb aquest símbol indiquen que incorporen el català

Recopilació realitzada a partir de les dades de l'Institut Català de les Empreses Culturals i la recerca pròpia. Inclou les empreses que com a mínim han llençat un videojoc propi o han tingut activitat relativament recent.

EMPRESA	VIDEOJOCS DESTACATS
<a href="#">2Awesome Studio</a>	Dimension Drive The Bug Butcher Back to Bed
<a href="#">3D2 Entertainment</a>	Arima The Crow's Eye
<a href="#">Altered Matter</a>	Etherborn
<a href="#">Anarkade</a>	Rawal Rumble
<a href="#">Abylight Studios</a>	Hyper Light Drifter Super Hydorah RC Club
<a href="#">Alike Studio</a>	Bring You Home Love You to Bits
<a href="#">Ancla</a>	Black Map
<a href="#">Anticto</a>	Steamroll
<a href="#">Appnormals Team</a>	STAY Super Barista
<a href="#">Barspin Studios</a>	BMX The Game
<a href="#">Beautiful Glitch</a>	Monster Prom
<a href="#">Beautifun Games</a>	Nihilumbra Megamagic: Wizards of the Neon Age Professor Lupo and his Horrible Pets

<a href="#">Black Alligator</a>	Captain Goldrush: One More Treasure
<a href="#">Blitworks</a>	Spelunky 2
<a href="#">Chloroplast Games</a>	Yokai Sword Tile Tower Super Block Rain
<a href="#">Comomola Studios</a>	Comomola Planets Puzzle Comomola Pirates
<a href="#">Cubus Games</a>	The Frankenstein Wars Deadman Diaries L'Illa dels Tresors 🍷
<a href="#">Dabadu Games</a>	Gardenlab Dismonster I'ts Full of Sparks
<a href="#">Dark Curry</a>	Undead Citadel Afterpulse
<a href="#">Divertap</a>	Chipa Damas Chipa Othello
<a href="#">Dolores Entertainment</a>	Bit Dungeon Plus Ice Cream Surfer L-Fun 45
<a href="#">Drawing Code</a>	Magos Battle Arena Chaos Manager Disco Game
<a href="#">Drop of Pixel</a>	Underworld Dreams
<a href="#">FinalBoss Games</a>	Super Dodgeball Beats Vesta
<a href="#">FrozenShard Games</a>	World War II TGC Monster Battles TGC Magic Quest TGC
<a href="#">Gaiabyte</a>	Cosmos Quest
<a href="#">Game Troopers</a>	Imperia Online Tiny Troopers 2

<a href="#">Garage 51</a>	Yokai Fury
<a href="#">Giantfox</a>	Rise of Titans 🍷
<a href="#">GKT Studios Entertainment</a>	Janken Cards 2
<a href="#">Grimorio of Games</a>	Super Hyperactive Ninja 🍷 Sword of the Necromancer 🍷
<a href="#">Herobeat Studios</a>	Endling
<a href="#">Invedars</a>	Hidden Doodles
<a href="#">Ivanovich Games</a>	Operation Warcade Final Soccer
<a href="#">Jandusoft</a>	Caveman Warriors 🍷 Neonwall
<a href="#">Jellyworld Interactive</a>	Trainpunk Run
<a href="#">Kaneda Games</a>	Smoots World Cup Tennis 🍷 Smoots Summer Games 🍷 Smoots Spy Agency 🍷
<a href="#">Last Chicken Games</a>	Willy Jetman: Astro Monkey's Revenge
<a href="#">Lince Works</a>	Aragami 🍷
<a href="#">Little Miracles Games</a>	Rest in Jelly
<a href="#">Lunatic Pixels</a>	Alchemic Jousts 🍷
<a href="#">Mango Protocol</a>	Agatha Knife 🍷 MechaNika 🍷
<a href="#">Melbot Studios</a>	Melbits World
<a href="#">Nape Games</a>	Reknum: The Awakening V.O.I.D
<a href="#">Nomada Studio</a>	Gris
<a href="#">OXiAB Game Studio</a>	Bitlogic Canvaleon
<a href="#">Carlos Coronado</a>	Annie Amber 🍷 Mind: Path to Thalamus 🍷 Infernium 🍷 Koral 🍷

<a href="#">Petoons Studio</a>	Petoons Party 🍷
<a href="#">Planet Factory</a>	What Were Dinosaurs Like?
<a href="#">Playstark</a>	Agents: Biohunter
<a href="#">Pupgam Studios</a>	Segments Extreme Burger
<a href="#">Radin Games</a>	Eternum EX
<a href="#">Ravalmatic</a>	Mafia Billard Tricks Bananamania
<a href="#">SandBloom Studio</a>	Sold O2UT
<a href="#">Shadow Company Games</a>	Dragon Duelists
<a href="#">Social Point</a>	Dragon City Monster Legends
<a href="#">Sunforge Interactive</a>	Arok & The chaos outbreak's
<a href="#">Tap Tap Tales</a>	Un Dia amb Masha 🍷 Un Dia amb Caillou 🍷 Col·lecció Arty Mouse 🍷
<a href="#">The Breach Studios</a>	-
<a href="#">The Game Forger</a>	Soulpath Danger Room
<a href="#">Titutitech</a>	Oh My Godheads
<a href="#">Troglobytes Games</a>	Hyperparasyte
<a href="#">Ubisoft Barcelona</a>	Tintín: El Secret de l'Unicorn 🍷
<a href="#">Undercoders</a>	Superola and the Lost Burgers 🍷 Slabwell: Quest for Kaktun's Alpaca 🍷
<a href="#">Unfinished Pixel</a>	Super Volley Blast 🍷 Super Tennis Blast 🍷
<a href="#">U-Play Online</a>	Youtubers Life 🍷 ESports Life
<a href="#">ViOD Games Studio</a>	Fireman Rescue Star Gaze
<a href="#">VirtualAge</a>	Gladius VR



<a href="#">Void Games</a>	Cube Raiders
<a href="#">Weird and Wry</a>	The Spatials
<a href="#">Whytah Games</a>	Jingle & Merry: Who Gave Christmas Away?
<a href="#">X-Lives</a>	Espai8 🇪🇸
<a href="#">Zeptolab</a>	C.A.T.S.: Crash Arena Turbo Stars
<a href="#">Zink Media Studio</a>	Overtimers
<a href="#">Fran Games</a>	Unepic 🇪🇸
<a href="#">Infinigon Games</a>	Zenith 🇪🇸
<a href="#">Bee Square Games</a>	Almost a Hero
<a href="#">Chibig Studio</a> (València)	Deiland 🇪🇸 Summer in Mara 🇪🇸
<a href="#">Corsegames</a>	Wild Guardians
<a href="#">Coderchild</a>	Cubit

## 9.2 Annex B – Centres catalans que ofereixen formació en videojocs

Centre	Formació
<a href="#">ENTI-UB</a> (Universitat de Barcelona)	Grau en continguts digitals interactius Grau en creació artística per a videojocs
<a href="#">Universitat Politècnica de Catalunya</a>	Grau en disseny i desenvolupament de videojocs Grau en disseny, animació i art digital Màster en disseny de videojocs / art digital
<a href="#">Universitat Pompeu Fabra</a>	Grau en disseny i producció de videojoc Màster en creació de videojocs Doble Grau en disseny i producció de videojocs + enginyeria informàtica
<a href="#">Universitat de Girona</a>	Grau en disseny i desenvolupament de videojocs
<a href="#">Universitat de Vic</a> (UCC)	Grau en multimèdia, aplicacions i videojocs
<a href="#">Universitat Oberta de Catalunya</a>	Màster en disseny i desenvolupament de videojocs Postgrau en desenvolupament de videojocs Curs Unity 2D
<a href="#">Universitat Autònoma de Barcelona</a>	Curs en disseny de videojocs Curs en Desenvolupament de Videojocs 2D i 3D per a Mòbils en Motor Gràfic Unity
<a href="#">Universitat Ramon Llull</a> (La Salle)	Grau en Enginyeria Multimèdia - Menció en Videojocs
<a href="#">Escola Superior d'Imatge, Música i So</a> (CEV)	Grau en animació 3D, jocs i entorns interactius Diversos cursos d'estiu i especialitzats
<a href="#">Escola Pia Balmes</a>	FP-CFGS de programació de videojocs i oci digital

### 9.3 Annex C – Números sencers de la revista

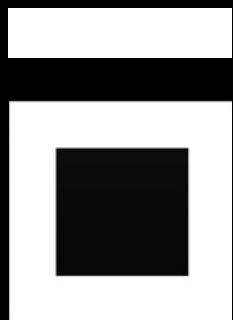
A continuació es mostren en format PDF per pàgines els 3 números sencers de la revista realitzats simultàniament a l'elaboració d'aquest treball:

- Desembre, 2018
- Febrer, 2019
- Abril, 2019

Els 3 números han estat creats, dirigits i maquetats per mi. No obstant això, una part del contingut (articles, il·lustracions...) és obra de persones pròximes a la comunitat d'aficionats i aficionades als videojocs. Així doncs, vull donar les gràcies a tothom qui, d'alguna manera o una altre, ha contribuït a fer possible aquest projecte, amb especial menció a:

- Sergi Palacios Caimons
- Toni Vico Boronat
- Víctor Pedreño
- L'àrea de Cultura Digital i la seva directora, Marisol López
- La Direcció General de Política Lingüística
- L'equip de *El Tecnològic*
- L'equip de *Nintenhype*
- L'equip de Xe Quin Pasmé
- L'equip de *Oldschoolgames*
- L'equip de *Tadaima*
- La comunitat de *Gaming.cat*

Finalment, vull agrair també a tot el públic que ha donat una oportunitat al projecte.



# ELTECNOLOGIC



**GRIS DEMOSTRA QUE UN VIDEOJOC  
POT SER UNA COMPLETA OBRA D'ART**

## ACTUALITAT



**ELS 6 NOMINATS A  
MILLOR VIDEOJOC DE L'ANY**

## CATALUNYA



**JOIES CATALANES  
A L'INDIE DEV DAY**

## COMUNITAT



**NOVETATS TERRORÍFIQUES  
PER A 2019**





seminousbarcelona



93 182 18 55



seminous@hotmail.com





## Benvolgut lector/a

En primer lloc, volem donar-te les gràcies per tenir aquest número entre les teves mans. Ens ha costat molt arribar fins aquí, però ara comença la veritable aventura. Deixa'ns explicar-te breument el nostre projecte:

### EL NAIXEMENT DE LA REVISTA

La Revista d'El Tecnològic neix amb l'objectiu de normalitzar la llengua catalana en el sector dels videojocs. Us heu preguntat per què molts títols no incorporen la nostra llengua? A banda de motius més o menys justificats, obviem el més important...

#### PER JUGAR A VIDEOJOCOS EN CATALÀ, CAL PARLAR EN CATALÀ DE VIDEOJOCOS!

Hi ha revistes que parlen de música, literatura, teatre... Cada vegada hi ha més producció catalana i un públic que la valorem. Però el sector dels videojocs no té res a envejar! A Catalunya hi ha moltes desenvolupadores amb videojocs fantàstics que tenen més ressò a l'estranger que a casa nostra. I això no pot seguir així!

La Revista d'El Tecnològic no només aposta per la difusió en llengua catalana del sector del videojoc, sinó també per construir una identitat i escena cultural compartida entre públic i desenvolupadores.

### QUÈ HI PODREU TROBAR?

- Actualitat general del sector amb un bloc de notícies destacades, un jutjat de "bons i dolents" i un pas de propers llançaments que considerem atractius.
- Cròniques, ressenyes i notícies sobre videojocs de producció catalana o que puguem gaudir en català, així com esdeveniments que es celebrin a casa nostre relacionats amb el sector dels videojocs.
- Col·laboracions d'altres portals de la comunitat que també aposten per la difusió en llengua catalana.

### PER QUÈ UNA REVISTA IMPRESA?

Creiem que el format revista aprofita tot el seu potencial en paper. De petits, ens agradava llegir i passar les pàgines tranquil·lament, així com conservar els números a l'estanteria de l'habitació com si fos una col·lecció. **Volem reviure aquesta etapa en català!**

### COM ADQUIRIR ELS SEGÜENTS NÚMEROS

Cada dos mesos hi haurà un nou número de la Revista d'El Tecnològic. Mitjançant el sistema de mecenatge de Patreon, podreu escollir l'opció que més s'ajusti als vostres interessos i preferències de distribució.

El termini per adquirir i rebre cada número tancarà pocs dies abans del seu llançament. Una vegada es tanqui, s'efectuarà el cobrament i rebreu un avís al mur exclusiu de mecenes per poder escollir el punt de distribució i

anar a recollir el vostre exemplar. Només haureu d'identificar-vos amb el vostre nom d'usuari per agafar-lo. En cas de gaudir d'enviament a domicili, rebreu un avís conforme el vostre exemplar és de camí a casa vostra.

Si voleu consultar més informació, podeu visitar el nostre Twitter i obrir-nos missatge privat (@revistec-nologic) o escriure'ns a [revista@eltecnologic.cat](mailto:revista@eltecnologic.cat). Formaràs part de la història? Gaudeix del primer número!



## EL JUTJAT D'EN PACHTER



### THE QUIET MAN

The Quiet Man ha estat un projecte amb el que Square Enix ens volia sorprendre. L'atractiu del joc era que el protagonista era **sord**. Per tant, van decidir que no hi hagués soroll (ni banda sonora ni efectes) pels jugadors. A banda d'això, tant la història la jugabilitat ens sembla nefasta i està ple d'errors.



### RED DEAD REDEMPTION 2

És innegable que Read Dead Redemption ha estat una obra que ha marcat el **punt àlgid** d'aquesta generació. Amb versions tant per Xbox One com per PS4 i millores a sengles consoles amb suport 4K, ens hem trobat amb un apartat gràfic meravellós, contingut per donar i regalar i amb un proper mode en línia.



### POKÉMON LET'S GO

Tot i l'onada d'odi injustificat i immadur, Pokémon Let's Go ha estat una gratificant sorpresa per nosaltres. Amb un bonic apartat visual i diverses **innovacions interessants**, aquesta nova entrega ens ha captivat des del primer moment. A més a més, l'interacció amb l'app de mòbils ens sembla una bona decisió.



### FALLOUT 76

Bethesda ha llençat al mercat Fallout 76 i ha confirmat totes les males sensacions que teníem. El motor gràfic continua sent el mateix que fa 10 anys, així com les animacions, modelats i crafting. Si hi sumem tots els **errors** que té, podem concloure suaument que no es tracta ni molt menys d'un bon producte.



### PIRATEIG DE SUPER SMASH BROS.

A falta de més d'una setmana per l'esperat llançament de Super Smash Bros., uns poca-soltes que tenen la consola piratejada han pogut **copiar el contingut del joc i penjar-lo a la xarxa**. No contents amb això, estan revelant el mode història i alguns secrets a YouTube i altres plataformes de vídeo.



### NO MAN'S SKY

Ja va aparèixer a un dels números anteriors de la revista, però No Man's Sky segueix redimint amb escreix els seus errors del passat. Durant aquest temps han llançat dues noves i fantàstiques actualitzacions gratuïtes: **The Abyss i Visions**. Si van rebre pedres a l'inici, és just que ara se'ls reconeixi mèrit.



### MICROSOFT (XBOX ONE)

Microsoft està fent una feina extraordinària per tenir contents als seus seguidors i seguidores. Recentment s'ha celebrat l'X018 a Mèxic i ens han sorprès amb millores dels seus serveis, més jocs al Game Pass, nous estudis propis i un **fotimer de novetats** que ja tenim ganes de gaudir a la nostre Xbox One.



### SONY NO SERÀ A L'E3 2019

No necessàriament ha de ser una mala notícia, però s'ha d'admetre que la no participació de Sony al pròxim E3 ha desil·lusionat a gran part de la comunitat de jugadors i jugadores. És possible que estiguin planejant un esdeveniment propi per a un gran anunci... Potser s'apropa el moment de **PS5?**



## PROPERES LLANÇAMENTS QUE FAN BONA PINTA



El millor crossover modern és molt a prop. A **Jump Force** podrem gaudir d'intenses batalles 3 VS 3 amb els nostres personatges preferits. Comptarem amb un editor de personatges i un fotimer de modes per jugar fins l'eternitat. 19 de febrer.



La franquícia Metro sempre ha tingut un gran seguici dins la comunitat. Amb aquesta nova entrega, 4A Games sembla que vol posar punt i final a la saga. Hem vist un parell de gameplays de **Metro Exodus** i no podem esperar a provar-lo. 22 de febrer.



**Tales Of Vesperia** torna amb més força que mai amb aquesta edició definitiva. Una versió millorada del popular videojoc que va captivar a tothom gràcies a la seva excel·lent narrativa i personatges. Un "Must-Have" en tota regla! 11 de gener.



Després de dues entregues canòniques que van marcar a molta gent, Square Enix ha tret una infinitat d'obres alternatives i Spin-off de la saga **Kingdom Hearts**. Finalment, podrem gaudir de la tercera entrega a Xbox One i PS4. 25 de gener.



FDG Entertainment i SEGA tornen a la càrrega amb **Monster Boy**, un plataformes d'acció fantàstic. El nostre protagonista pot transformar-se en bèstia i fer servir aquest poders per superar les adversitats durant el nostre períple. 4 de desembre.



FDG Entertainment i SEGA tornen a la càrrega amb **Monster Boy**, un plataformes d'acció fantàstic. El nostre protagonista pot transformar-se en bèstia i fer servir aquest poders per superar les adversitats durant el nostre períple. 4 de desembre.



## ELS 6 CANDIDATS A SER EL VIDEOJOC DE L'ANY

Per fi coneixem tots els videojocs nominats a "GOTY" als **The Game Awards 2018**, un esdeveniment anual que el públic ja ha batejat com els "Òscars dels videojocs". Enguany, la cerimònia es celebrarà el **7 de desembre a les 2:30h** i s'emetrà des del Microsoft Theater de Los Angeles.



Sobren les paraules per **Red Dead Redemption 2**. Ha estat el llançament amb més impacte mediàtic d'aquest any. De fet, ha tingut una acollida considerablement major que la primera entrega i segurament esdevingui un dels títols més venuts d'aquesta generació. Després de molts anys enfilant pels núvols les expectatives del públic, les ha complert amb escreix, per això és el gran favorit per la gran majoria de la comunitat.



És el videojoc que opta a més triomfs d'aquesta edició. Juntament amb Red Dead Redemption 2, està nominat a 8 categories. La nova aventura de Kratos i la seva major profunditat argumental han aconseguit una de les crítiques més favorables d'aquest any. Innovar o fer canvis a una saga amb tantes entregues i reputació al darrere mai és fàcil. El fet d'haver arriscat amb tant d'èxit també situa a **God of War** com a un dels grans favorits.



Després d'haver llançat una gran quantitat de títols per a les plataformes de Nintendo, Monster Hunter s'ha atrevit a PS4 amb **Monster Hunter World**. Gràcies a unes mecàniques i un estil visual trencadors, ha estat un llançament extraordinari per Capcom, amb més de 10 milions d'unitats venudes. Juntament amb el posterior llançament a PC, ha aconseguit una exitosa modificació de la IP original per poder guanyar-se el mercat occidental.



Qui hauria endevinat que aquesta petita aventura independent estaria plantant cara als gegants del sector. Amb una història profunda que treu a la llum els nostres sentiments més ocults i permet fusionar-nos amb la protagonista, us recomanem que no menyspreu les capacitats de **Celeste**. El mateix nivell de dificultat de l'aventura es trasllada a la seva qualitat final. Una incorporació interessant a la llista que confirma l'auge del món "indie".



La nova aventura del nostre estimat veí, **Marvel's Spiderman**, ha estat lloada tant per seguidors/es del famós trepamurs com per tota la resta de la comunitat de jugadors/es. Amb una jugabilitat excel·lent i un món obert fascinant, es considera el millor videojoc sobre l'univers de l'home aranya. Potser no és el favorit, però li sobren mèrits per guanyar. Stan Lee ens ha deixat, però el record del seu fill predilecte ens acompanyarà sempre.



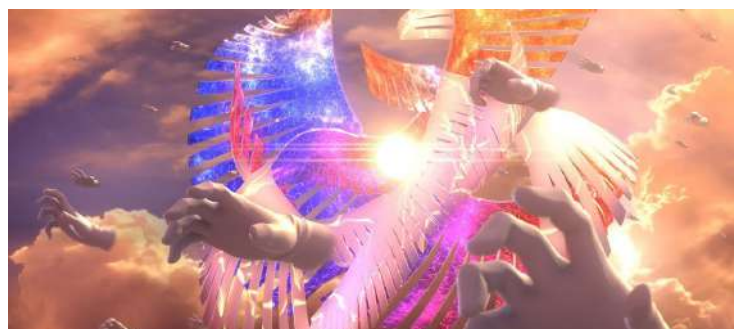
Els últims videojocs d'Assassin's Creed no havien complert les expectatives del públic, per això la saga semblava haver perdut reputació. Ubisoft va prendre la sabia decisió de deixar-la respirar una mica i com a resultat tenim a **Assassin's Creed: Odissey**, un títol que ha retornat il·lusió a la comunitat. Amb petites modificacions i innovacions de la fórmula que tanta fama els ha donat i aquesta sensació de resurrecció, es postula com a candidat.

# EL MODE HISTÒRIA TORNA A SUPER SMASH BROS. 10 ANYS DESPRÉS

Ja ens ho ensumàvem arrel de les pistes que va deixar Nintendo a una captura de pantalla del menú del videojoc, però l'últim Smash Direct ens ho ha confirmat. Sota el nom de **El Món de les Estrelles Perdudes**, hi haurà un mode història a Super Smash Bros. Ultimate (7 de desembre). I fa molt bona pinta!



Amb un impressionant tràiler ens van explicar per sobre la trama d'aquest mode història. Un ésser misteriós anomenat Lúmina ataca i atrapa als nostres protagonistes amb una espècie de raigs de llum, els extrau les seves ànimes i les posseeix per crear unes **marionetes malignes**. Tothom cau en combat excepte en Kirby, que serà l'encarregat de salvar a tots els seus companys i companyes. Haurà de lluitar contra les marionetes malignes i guanyar-les per alliberar a cada personatge, recuperar el seu esperit i reestablir l'ordre.



Ens mourem amb en Kirby per un tauler com si es tractés d'un **joc de taula virtual** on haurem de superar diverses fases per anar obrint nous camins i recuperar els 76 personatges alhora que els desbloquegem per utilitzar-los nosaltres. Els esperits que recol·lectem ens ajudaran a pujar de nivell i millorar habilitats per superar combats cada vegada més complicats.



Així doncs, gaudirem d'un mode història amb un fort component estratègic, farcit de contingut desbloquejable, varietat de reptes i picades d'ullet a moltes sagues i moments històrics d'altres videojocs que ens robaran un somriure nostàlgic. Tot això en un **escenari 2D** visualment preciós i ple de detalls. Sense dubte, un mode de joc que ens donarà hores i hores de diversió!





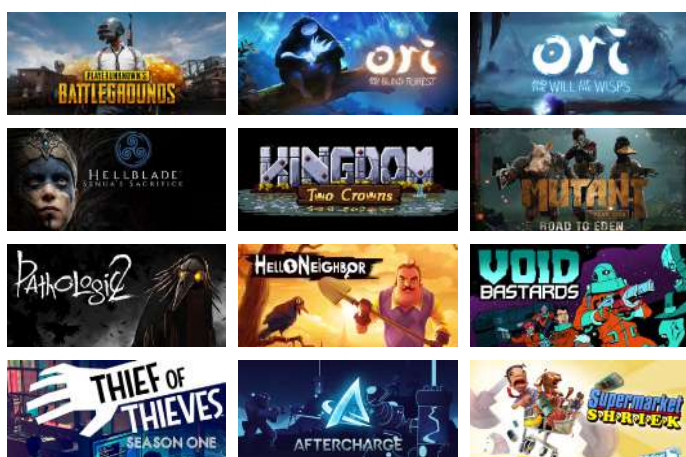
# MICROSOFT APOSTA PER L'EXPERIÈNCIA "ONE"



Microsoft ha compartit amb la comunitat els seus nous projectes per a Xbox. Fa poc més de dues setmanes, es va celebrar un **Inside Xbox** a la ciutat de Mèxic. Durant gairebé dues hores ens van bombardejar amb bones notícies, totes enfocades a millorar i construir una **experiència "one"** cada vegada més completa.

## GAME PASS, EL CLÍMAX DELS SERVEIS EN CONSOLA

Microsoft sap el que vol la comunitat digital. L'Xbox **Game Pass** n'és la prova. Un servei que no para de créixer (més de 100 jocs) i, durant l'esdeveniment, es van confirmar un munt d'incorporacions al seu catàleg:



## NOUS ESTUDIS PROPIS

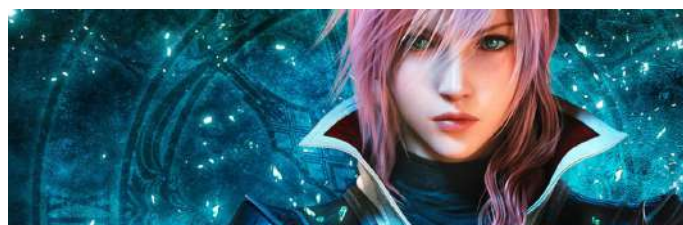
Microsoft va anunciar la compra de tres nous estudis que ja ha integrat completament: **Compulsion Games** (We Happy Few, Contrast), **Inxile** (Wasteland, The Bard's Tale) i **Obsidian** (Pillars of Eternity, Fallout: New Vegas). Segur que d'aquí poc tindrem novetats!

## NOVA APP I SUPORT PER A TECLAT I RATOLÍ A XBOX ONE

Microsoft vol que tinguem la capacitat de controlar tots els nostres serveis adquirits, per això han creat una **aplicació mòbil** que ens permetrà conèixer novetats, informar-nos, gestionar subscripcions, cerca de grups i comunitats, etc. Una altra sorpresa va ser el suport per a **teclat i ratolí** a les consoles Xbox. Alguns videojocs ja compatibles són l'aclamat Fortnite, Bomber Crew, Deep Rock Galactic, Strange Brigade, Vermintide 2, War Thunder o X-Morph Defense. Serà decisió dels desenvolupadors de cada videojoc permetre l'ús de perifèrics i com implementar els controls.

## LIGHTNING TORNA EN 4K

Finalment, es va anunciar per a Xbox One la trilogia de **Final Fantasy XIII** original de 360. Així doncs, podrem utilitzar els títols originals de la consola anterior per jugar a la nova. Comptarà amb un apartat gràfic redissenyat, noves textures i un acabat en 4K.



# GOMU NO TENSOU KAME GANKEN!

Aquest podria ser el lema per definir a la perfecció el que es trobarem a **Jump Force**, una proposta que vol enfrontar als grans personatges de la Shonen Jump en una aventura on es reparteixin llenya de la bona. El seu llançament s'apropa i les novetats es disparen. Us portem un resum de tot el que heu de saber!



## MOLTS PERSONATGES I EQUIPS DE TRES

Ja s'han confirmat un fotimer de personatges, però encara n'esperem molts més. Podem imaginar un planter de **més de 30 lluitadors i lluitadores**, cadascun amb les seves habilitats, transformacions i estil de lluita propi. En combat no estarem mai sols, ja que dos companys o companyes ens ajudaran a derrotar als nostres adversaris. Els equips, com a mínim pel que sabem fins ara, estaran formats per tres persones sense possibilitat de fer servir personatges de suport (tal i com podíem utilitzar a J-Stars Victory VS).

## UNREAL ENGINE S'HA POSAT A PROVA

Fa la pinta que podrem gaudir d'un nivell gràfic extraordinari. S'ha explotat al màxim l'Unreal Engine, tant que es serà possible veure els pèls del nas dels lluitadors i lluitadores. Bé, potser exagerem, però l'apartat visual promet ser una de les seves grans virtuts. Els modelats dels personatges i escenaris contenen un **nivell de detall meravel·lós**. A més a més, ens hem fixat que han fet servir les transformacions i dissenys més nous (com és el cas dels personatges de Bleach, Hunter X Hunter o els de Bola de Drac).



## EL NOSTRE PROPI PERSONATGE!

Un gran encert és que podrem crear-nos el nostre propi personatge i jugar amb ell. Evidentment, esperem que hi hagi un creador ben complet que ofereixi moltes possibilitats de personalització. Pel que hem vist, podrem **dissenyar al detall**: ulls, colors, cabell, color de pell i roba (n'hi ha de Naruto, per exemple). Estem desitjant crear mil combinacions!



Encara no sabem tots els modes de joc, el planter sencer de participants o si podrem desbloquejar contingut progressivament. Tot i això, ja hem tingut l'oportunitat de jugar a la beta i l'opinió general és força positiva. Esperem l'arribada de grans llegendes com Gintoki, Kankichi Ryotsu, Bobobo... Seria èpic!



# NOVETATS TERRORÍFIQUES PER AL 2019

@Xolutot

<https://xequinpasmeblog.wordpress.com/>

El 2018 arriba a la seva fi havent sigut un bon any per als videojocs de terror, amb Outlast 2 i The Evil Within 2 com a dos grans exemples del que hem pogut gaudir. Així mateix, el 2019 ens portarà sucoses novetats, algunes molt esperades. Per a aquest article de la primera edició en paper de la revista d'El Tecnològic, ens volem presentar fent-vos un repàs dels millors videojocs de **supervivència i terror** que arribaran l'any vinent.



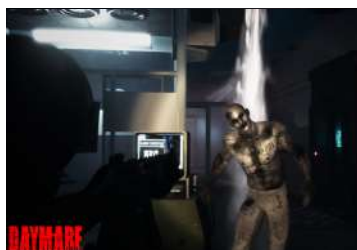
El remake d'un dels millors videojocs de terror de la història serà el primer del gènere que ens arribarà al 2019. El 25 de gener roman marcat al calendari de moltíssims fans de la saga, i s'espera que, a banda del nou apartat tècnic, també s'hi trobin nous elements, tant de la trama, com jugables.

Per exemple, ja es coneix que s'ha recuperat bastant material de les versions anteriors al RE2 original, com les vestimentes, elements de la trama, escenaris, i que el sistema de control i menús serà una millora d'allò vist a **Resident Evil 7**.



D'aquest en tenim que parlar sí o sí. Ens trobem enfront del que serà possiblement el primer survival horror d'estil clàssic desenvolupat al **País Valencià / Comunitat Valenciana**. Fear the Dark Unknown rep influències dels primers Resident Evil i Silent Hill, però sobretot d'Alone In The Dark.

El joc sembla estar molt avançat. Ja es va poder jugar a la Madrid Games Week i a l'Indie Dev Day de Barcelona. Veient el gameplay que han penjat fa poc al seu Youtube, estan complint amb el que van prometre. Apunteu-vos-el a la llista!

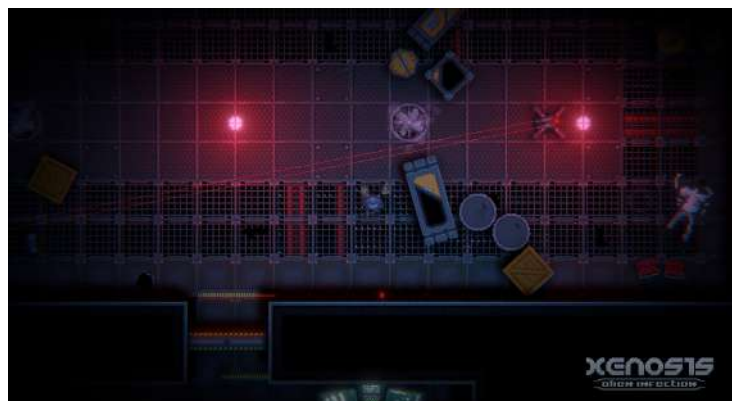


## XENOSIS

ALIEN INFECTION

A banda de títols triple A, molt possiblement tinguem per a 2019 Xenosis: Alien Infection. Serà un títol 100x100 indie, desenvolupat per només una persona gràcies a una campanya de mecenatge a Fig que va arribar al 133% de l'objectiu.

La idea va agradar molt pel seu estil survival horror amb aires propers a Dead Space, Alien i Deep Fear. La **manca de recursos per sobreviure**, com per exemple l'oxigen, serà un dels principals protagonistes, a banda d'una nau espacial a la deriva on no sabem què ha passat, criatures perilloses, documents per llegir, trencaclosques, etc.



## DAYMARE

1998

Estava fixat per al 2018, però finalment no ha pogut ser. Un xicotet estudi independent d'Itàlia va ser convidat als estudis de Capcom gràcies a una versió **remake de Resident Evil 2**. Poc després es va animar fer el seu propi survival horror.

Han passat 3 anys des de la primera campanya de mecenatge, però el desenvolupament s'ha allargat més del previst. Millor que facin bé la feina. Aquesta vegada asseguren tenir-lo llest per 2019.



## SILVER FALLS: 3 DOWN STARS

Nintendo 3DS rebrà un títol amb tot el sabor dels videojocs de supervivència i terror de la millor època. El seu punt fort serà la seva trama, enfocada a **fets paranormals i ovnis** molt misteriosos.

Sungrand Studios ha publicat una primera demo de Silver Falls: 3 Down Stars per a Android i iOS independent del joc final, tot i que ja en planen una més elaborada i extensa per a 3DS.



# LA BUIDOR D'UNA NOTA

@FranDS58

<http://www.nintenhype.cat/>

No hi ha cap mena de dubte que estem a una era digital on l'opinió personal i l'experiència pròpia semblen importar més aviat poc de cara a aportar quelcom interessant al públic. La comunitat de jugadors i jugadores dista de la seva pròpia identitat per predicar un seguit d'exemples plasmats en grans i comptades plataformes que s'allunyen de la realitat i descoratgen el tenir una mica de **crítica pròpia** cap a un sector en constant expansió.

L'exemple més directe d'aquesta opinió són les notes que obtenen els videojocs i queden postrades als encapçalaments d'articles de certs portals, rebent milions de visites anuals. Per desgràcia, per molta gent (més de la que ens agradaria reconèixer) són considerats com els únics manaments a seguir de cara a destriar el que està bé i el que no o el que és recomanable i el que ha de quedar-se a les profunditats del món del videojoc. No pensem en les conseqüències que pot arribar a tenir una simple paraula escrita o dita en el moment incorrecte



**Ens plantegem les coses tenint en ment que un, dos o tres nombres ens jutjaran implacablement**



i al lloc inadequat en una societat tant informatitzada com la nostra.

Des de la infància se'ns ha acostumat a que un nombre de llargada variable (o una lletra) pot arribar a determinar el nostre futur. Quin error més gran. Una nota no és més que un, dos o tres nombres situats en fila. **Una nota no té vida pròpia**, som nosaltres mateixos/es qui li donem tot el sentit a base de creure'ns que més significa millor, sense donar-nos temps a respirar profundament i analitzar el camí recorregut.

Per desgràcia s'ha arribat a un punt que un, dos o tres nombres ens poden arribar a fer sentir orgull, alegria o emoció, però també tristesa, desesperació, por i un llarg etcètera que pesa molt més que tot el que ens pugui aportar algun benefici sentimental. Ens plantegem les coses tenint en ment que un, dos o tres nombres ens jutjaran implacablement, situats a l'encapçalament d'algun lloc que es mantindrà **immutables pels segles del segles**.





Amb els videojocs ocorre una situació semblant. Ens hem acostumat a jutjar les centenars de desenes de milers de les obres que van apareixent al mercat mitjançant xifres anònimes que, lluny d'aportar res d'autèntic valor, signifiquen determinar un punt erroni del que partir a l'hora d'expressar realment l'essència del que, en definitiva, s'està intentant valorar. Ens deixem guiar sense participar o fixar-nos en el procés per arribar-hi.

Actuem impulsivament perquè una xifra ens hi obliga sense parar-nos a pensar en què ens ha dut a aquesta vàcua numeració. Creiem cegament en la paraula dels números tot i no tenir significat propi. Prediquem amb un exemple sense ser conscients que potser aquest sistema pot fallar estrepitosament una vegada es trobi amb **l'experiència personal**. Quin sentit té, tot plegat? Qui som nosaltres per determinar la qualitat de quelcom si no en formem part?

S'ha de confiar realment en una sola opinió generalitzada i possiblement forjada a base d'hipocresia sense contrastar amb la part que realment ha viscut una determinada experiència de forma profunda? **Cada persona és un món.** El que li agrada a algú, és totalment lògic i natural que a algú altre no. La base de les discussions comunitàries actuals es basen en el trencament de la premissa del "viu i deixa viure" i de la superficial imposició de determinades argumentacions possiblement mancades de sentit.

Deixeu-vos inspirar i guiar per aquest fenomen inexplicable que tothom duu dins anomenat "instint". Gaudiu del que realment us interessi i no us quedeu amb la buidor d'un, dos o tres números en negreta plasmats sobre un fons en blanc ni pels mantres que ens assegurin, sense base alguna, que ens guiaran cap al Nirvana del videojoc.

## POKEMON: LET'S GO, PIKACHU! Switch

Nintendo | Release Date: Nov 16, 2018



Summary

Critic Reviews

User Reviews

Details & Credits

Trailers & Videos



81

Metascore

Generally favorable reviews based on 40 Critics

What's this?

**Summary:** Catch Pokémon Like Never Before. The Poké Ball Plus is a Poké Ball-shaped device that can be used to play Pokémon: Let's Go, Pikachu! and Pokémon: Let's Go, Eevee! in place of your Joy-Con. You'll be able to throw Poké Balls in-game with a flick of your wrist! In addition to motion controls,... [Expand](#)

4.8

User Score

Generally unfavorable reviews based on 484 Ratings

Your Score  0

Developer: Game Freak

Genre(s): Action RPG, Role-Playing, Trainer

# of players: Online Multiplayer

Cheats: [On GameFAQs](#)

Rating: E

Pokémon Let's GO Pikachu/Eevee ha rebut una onada d'odi immadur i la nota mitjana dels usuaris ha arribat a estar per sota del 4. Si una persona es deixa guiar acríticament per aquest 48, segurament assumirà que és un pèssim videojoc i ni el provarà, quan ni molt menys es així.



# RETRO-FRENÈTICS!

@OldschoolgamesC

<https://www.oldschoolgames.cat/>

Tots els jocs tenen una funció. O dues. Fins i tot tres. Distreure, transmetre, fer passar el temps, crear un repte... però una de les funcions més importants que tenen alguns videojocs és la de desfogar-nos. Sí, senyores i senyors, els jocs estressen però també relaxen, i la sensació que et queda al cos després de fotre-li a un joc **“desestressant”** és brutal. I jocs per donar-ho tot, hi ha un munt! Tots comparteixen una característica essencial, i és que no et deixen parpellejar. Enemics per tot arreu, bales, explosions, objectes que t'aporten alguna millora... tot això alhora, a la pantalla, on el teu cervell ha de treballar a màxima potència per convertir aquell caos en una victòria. Voleu conèixer alguns jocs que us faran destrossar els botons?



Data Est va publicar Dragon Gun l'any 92, i la veritat és que es van quedar a gust en tots els sentits. Aquest shooter de càmera a rails en primera persona és una bogeria. Estèticament és espectacular, no només pels gràfics (sorprenents pel seu temps), sinó per la quantitat d'acció que hi ha a la pantalla al mateix temps, amb sang, tirs, explosions... de tot!!

Tot el que apareix a la pantalla és per fer-te mal, i tu, com un boig, has de disparar a tort i dret sense pensar en el benestar de les teves extremitats superiors. L'argument no el tinc molt clar, ja que hi ha molt poca informació del videojoc per internet i encara no l'he pogut completar. Tot i això, només per la transformació estil Power Ranger que fa el personatge quan el tries, dedueixo que és una història de tipus

“un dolent molt dolent ha creat unes criatures fastigoses disposades a acabar amb el món i tu l'has de salvar!” Segur que no vaig molt desencaminat. En resum, és un **destrossa botons** en tota regla, només apte pels més arriscats. Coneixeràs la resistència real del teu canell i els teus dits. Els teus dits resaràn a mil Déus perquè s'acabi la pantalla. Potser ho estic exagerant una mica... o potser no, només hi ha una forma de saber-ho... jugar-hi!





# METAL SLUG

El run-and-gun per excel·lència. El 1996 SNK va donar a llum al referent indiscutible d'aquest gènere. Els Metal Slug no necessiten presentació, són massa bons, una **descàrrega d'adrenalina** constant.

No pararàs de disparar diversos tipus d'armes (heavy machine gun!), llençar granades, saltar, esquivar, salvar hostatges, recollir objectes i maleir a la quantitat inhumana d'enemics que aniran a per tu. Amb els seus escenaris, la seva varietat i el seu estil tan personal i gamberro, fan que aquests jocs siguin d'aquells que s'han de jugar un cop a la vida.



Publicat al 2002 (és retro pels pèls!) per IGS, Demon Front és un run-and-gun clarament inspirat en Metal Slug, però el ser una mica desconegut a la seva ombra i la seva qualitat fa que es mereixi unes línies.

Aquest joc ens ofereix una experiència molt similar al Metal Slug, però amb uns gràfics, personatges i característiques que marquen la diferència. La més destacada és que, durant la teva aventura, **t'acompanyarà una mascota** que et servirà d'escut o t'ajudarà d'una manera devastadora. Si t'apassionen els run-and-gun i t'has quedat amb ganes de més, aquest joc és per a vosaltres!



El Progear es només un exemple dels centenars de shooters en scroll lateral i/o vertical que us deixaran com nous després d'una bona sessió de joc. Bales a dojo, enemics constants... aquí cremareu els botons de tant esquivar i disparar.

A banda de ser un gran (i probablement desconegut) shooter, és digne de menció pel seu apartat visual, ja que, amb una ambientació de mitjants de **segle XX** molt ben aconseguida, uns gràfics que treuen el sentit i un frenetisme a vegades vertiginós, farà que el Progear no us deixi indiferents!





# IROZUKU SEKAI NO ASHITA KARA

@Tadaima\_cat

<https://www.tadaima.cat/>

Enguany la temporada de tardor ha vingut molt carregada! I és que no només hi ha una gran varietat d'animes i de temàtica molt diferent, sinó que a més, molts d'aquests animes es perfilen com els millors de la temporada. Parlem de Zombieland Saga? De la nova temporada de Jojo's Bizarre Adventure? No, avui parlarem del darrer anime de P.A. Works, que ja ens deixaren bocadabats amb Violet Evergarden. Irozuku Sekai no Ashita Kara, traduïda com a The World in Colors, ha arribat per quedar-hi!



La història d'Irozuku ens trasllada fins al modern Nagasaki, en un món on la màgia encara existeix, tot i que no tothom té la capacitat per fer-ne. Així, els mags es dediquen a comercialitzar amb la màgia i aquesta forma part del dia a dia de molta gent. En aquest context trobem la **Hitomi Tsukishiro**, una noia de 17 anys descendent d'una família de mags que, des que era petita, no pot veure els colors i viu submergida en un avorrit món en blanc i negre.

A causa d'això, la Hitomi es tanca en si mateixa i comença a odiar la màgia, que no pot solucionar el seu problema. És aleshores quan la seva àvia, la Kohaku, apareix per ajudar-la. Amb un encanteri molt poderós, la Kohaku envia la seva neta **60 anys al passat**, perquè comparteixi amb ella la joventut i aprengui importants lliçons que la faran obrir-se i veure el món amb altres ulls.

En el passat, la Hitomi es trobarà amb un grup d'amics d'allò més divers, amb personalitats diferents que con-

flueixen en un mateix grup: el club de fotografia i art de l'institut. Serà capaç la nostra protagonista d'adaptar-se al passat, de fer amics i retrobar la il·lusió i la passió per la màgia? Amb aquesta premissa comença la història de l'anime, un **"slice of life"** en tota regla, sense aventures, sense molta acció ni més fantasia que la

màgia que ens ensenyen. El més important d'aquesta història és el dia a dia dels seus personatges, com interactuen entre ells i van evolucionant, com es troben amb murs molt alts que han de superar i com enfronten aquests problemes. Amistat i potser un romanç que, de moment, ens mantenen enganxats a la pantalla.







Aquesta història no seria la joia que és si no fos per una peça clau: l'animació. P.A. Works ens ha sorprès moltes vegades presentant-nos animes de gran qualitat i, amb Irozuku, no defrauda. Els colors són molt encertats, amb una **paleta molt suau** que ens transporta fins a un món real, però que a la vegada sembla tret d'un conte.

La precisió dels detalls enlluerna i la intensitat dels colors, sense ser estrident, ens provoca ganes d'aturar un moment el capítol i contemplar, amb més deteniment, la gran feina que hi ha al darrere d'aquest anime pel que fa a l'animació, de la cura en els detalls i l'afecte que han posat per crear una història màgica que, a la vegada, sembla versemblant.

Encara que la progressió a la història sigui lenta, el capítol passa molt ràpidament. En **23 minuts**, aquesta bellíssima història et trasllada a un altre món, t'hi endinsa de ple i vols saber més sobre tots els temes que s'hi plantegen:

acceptació d'un mateix, de les pròpies limitacions, la confiança, la frustració però també la superació i les ganes de seguir endavant.

Tot això gràcies als personatges, que són l'ànima de la història i, a la vegada, el fil conductor. Els personatges, molt humanitzats, i sobretot els seus sentiments ens transporten a un món on les coses no són senzilles, on la por, la inseguretat i la negativitat hi són molt presents, però on també podem trobar l'esperança.

Pel que fa a nivell musical, gran feina dels seiyuus (actors de veu), dels quals destaquen sobretot Ishihara Kaori com a Hitomi, Hondo Kaede com a Kohaku i Ayumu Murase com a Chigusa, amb una gran interpretació de personatges que no són gens estàtics i que presenten un **repertori d'emocions** molt ampli. D'altra banda, cal mencionar també l'opening 17-sai de Haruka to Miyuki, amb una lletra preciosa que és l'avantsala d'uns capítols que deixen sense paraules.

Animació sublim i grans personatges donen forma a una història que no deixa indiferent, que enganxa moltíssim i que ens presenta uns personatges que, lentament, es van fent un lloc dintre nostre. Com acabarà tot no us ho podem avançar, però sí que us podem convidar a donar-li una oportunitat i gaudir d'una història preciosa a nivell visual i de personatges.







### FEMDEVS, UNA ASSOCIACIÓ QUE CAL CONÈIXER

Com ja us hem destacat, hi havia una diversitat impressionant dins del passadís exterior del Canòdrom. Us hem de parlar d'una organització que vetlla per la **igualtat dins la tecnologia, videojocs i cultura en general**. La organització es centra, sobretot, en fer saber a la gent que també hi ha dones dins del desenvolupament de videojocs i les seves grans aportacions dins de l'indústria. FemDevs posa sobre la taula eines, esdeveniments, crides, quedades, articles i moltes altres activitats pròpies per manifestar, donar a conèixer i ampliar el sector femení actiu dins del món dels videojocs. Us animem a que seguiu a FemDevs a les seves xarxes socials per estar al dia de tot el que duen a terme.



Barcelona és, sense dubte, un dels punts de trobada més importants dins del món dels videojocs, no només a nivell català, sinó també europeu. Tant per la banda de desenvolupadores com la de aficionats i aficionades. No només hi ha espai per les grans empreses, tothom compta amb espai per a compartir les seves creacions. Durant l'últim cap de setmana del passat mes d'Octubre, **l'Indie Dev Day** va tenir lloc al Canòdrom de Barcelona. L'edifici de l'esdeveniment tenia dues plantes: la de sota amb diverses sales, taules i seients i la superior, que és on es situa la zona exterior.

### AL MAL TEMPS, BONS VIDEOJOCOS

Entre que era la primera edició i que plovia a bots i barrals, hi havia el perill que l'assistència fos pobre, així com les activitats i personal. Doncs res més lluny de la realitat. El corredor exterior situat a la segona planta (que era la zona on estaven els expositors), estava ple de gent, d'estands, ordinadors portàtils i fins i tot hi havia un escenari. Ens vam quedar **bocabadats amb la quantitat d'obres que vam veure**: des de jocs click'n point en català, passant per títols d'aventures en 3D, els anomenats Metroidvania o Novel·les Visuals. Fins i tot havia una petita zona interior (situada a la mateixa planta) on podíem gaudir d'algunes màquines arcade.





## ALGUNS DELS VIDEOJOCS QUE VAM PODER CONÈIXER



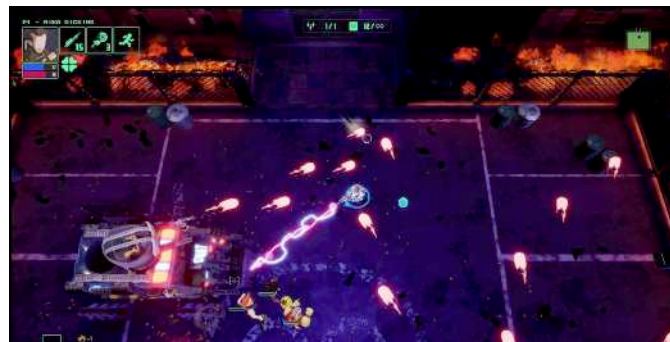
**V.O.I.D** (Nape Games) és un Metroidvania que reproduïx l'apartat gràfic dels clàssics 8 i 16 bits. Videojoc en 2 dimensions en el que podrem controlar a dos personatges, cadascun amb les seves habilitats i característiques pròpies. Ja està disponible a Steam.



A **Summer in Mara** (Chibig Studio) ens posarem en la pell d'una noia que haurà de viure en una illa amb uns acompanyants ben curiosos. Es centrarà en la recollida de recursos i construcció d'objectes. Prometen encara més possibilitats que amb Deiland.



Ertal Games es dedica a realitzar novel·les visuals força úniques, ja que es basen en el Yaoi. Pels qui no esteu acostumats a aquest tipus de semàntica, són històries de relacions homosexuals entre homes. **Chasing the Stars** és la segona entrega que llançen.



**Hyper Parasyte** (Troglobytes Games) és un twin stick shooter amb vista zenital on controlarem un personatge que pot fer seves les habilitats dels seus contrincants. Es tracta d'una obra frenètica, interessant i reptadora que sortirà per Xbox One, Switch i Steam.



**Zeus Begins** (The Dude Games) és un Beat 'em up en dues dimensions que també emula les característiques gràfiques dels 8-16 bits. A més a més, trobarem alguns nivells shoot 'em up, afavorint el dinamisme i creant varietat de situacions. Molt interessant!



**The Pizza Situation** (3 Bytes) és un videojoc en el que haurem de fer de detectius rere una pantalla i utilitzar una xarxa social. El nostre objectiu? Una meravellosa pizza. Sense dubte, la proposta més curiosa de totes. Ja volem veure'n més!

## Alguna vegada hauríeu pensat que hi havia tants videojocs catalans?



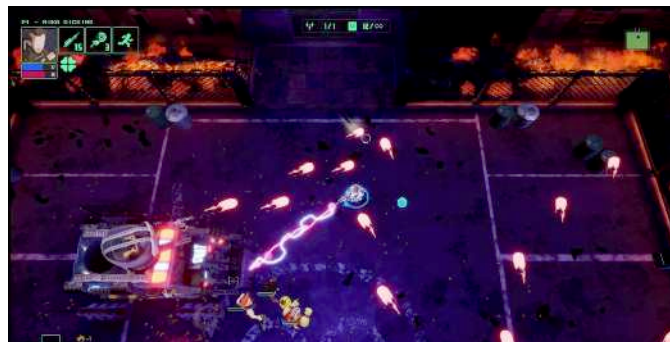
**Yokai Mask** (David Flores) és un hack'n slash amb plataformes i tocs de roguelike ambientat en el Japó feudal. Anirem eliminant enemics, millorant l'equipació i aprenent noves habilitats i màgia. Destaca per la seva jugabilitat, moviments i combats fluidos.



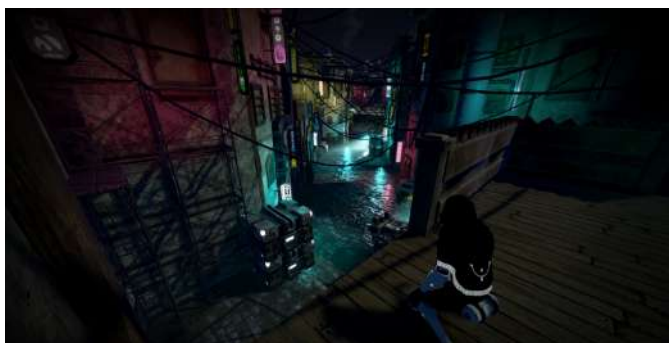
**Insomnis** (Path Games) és un títol de terror exploratiu on haurem de cercar objectes i resoldre trencalesques per avançar en un escenari amb diverses habitacions. No tindrem armes, però hi haurà enemics amagats que ens mantindran en tensió!



**Trainpunk Run** (JellyWorld) és un títol que fa honor a les dones aviadores de la Segona Guerra Mundial. Controlarem a Ryana, una missatgera militar que haurà de salvar el món superant nivells de volar i disparar amb una ambientació steampunk.



**Dungeons & Dancers** (Impressive Entertainment) és un joc que combina proves rítmiques i exploració de masmorres amb una aventura musical en un món de fantasia èpica on haurem de rescatar estrelles de la música actual atrapades per una maledicció musical.



**Atla's Fate: Between Light & Darkness** (Baby Robot Games) és un joc de sigili en tercera persona on controlem a un expert que té la capacitat de sorgir de les ombres. Ens podrem moure per les parets i passar a través d'obstacles per no ser vist.



**Tower Princess** (AweKteam) és un joc que evoca als clàssics d'acció i plataformes en tres dimensions amb afegits de caràcter rogue-like. És una paròdia de la típica història que tenien: "cavaller entra a una masmorra, mata el drac i rescata a la princesa".



**I encara ens en deixem alguns... En parlarem als pròxims números!**



És 2065 i tota la flora mundial ha estat destruïda pels humans. Només queda **Silver Steered** (Magnet Team), un jardí botànic gestionat per robots. Un atac informàtic els descontrola i haurem de reactivar el sistema mentre protegim el jardí.



**A Tale of Paper** (Open House Games) tracta d'una figura d'origami que té la missió de complir el somni de seu creador. Enfrontarem perills com un robot aspirador o una aranya gegant. No podrem atacar, així que haurem de pensar en com ensortir-nos sense lluitar.



**Afterlife Arcade** (Rickperros) és un shooter en primera persona ambientat en uns anys 90 on els morts han cobrat vida. Enfrontarem a onades de zombies que intenten accedir a un saló arcade on podrem comprar armes i objectes a les màquines arcade.



**Black Map** (Ancla Studio) és un videojoc de temàtica pirata que pertany al gènere de l'aventura gràfica en primera persona, d'estètica cartoon i en català com a versió original. Dues pirates hauran de recol·lectar totes les peces del Black Map.



**Arok & The chaos outbreak's** (Sunforge Studios) és un videojoc on decidirem si complir diverses missions de forma pacífica o fent mal als animals i la natura. Les nostres decisions tindran conseqüències en un món exploratiu ple de col·leccionables.



**Rawal Rumble** (Anarkade) és un videojoc retro de desplaçament lateral amb combats clàssics arcade, ple d'armes, amb molt d'humor i una trama bastant ximple sobre el rentat de cervells on ens posarem en la pell d'un exsoldat català que ara ven kebabs.



# ACABAR UN PROJECTE... I TORNAR A COMENÇAR!

Víctor Pedreño - @HiboshiV - Grimorio of Games

El passat 25 d'octubre vam publicar Super Hyperactive Ninja a Nintendo Switch (no obstant, ja l'hem llançat a totes les plataformes que ens ha estat possible: Switch, PS4, Xbox One i Steam). Amb això, donem per tancat el projecte. A l'hora de donar per acabat un projecte, és força comú fer un repàs de com ha anat, quines coses bones i quines de dolentes en traiem. D'això se'n diu fer un **post-mortem**.

Per a la primera edició en paper de la revista, he pensat que estaria bé fer un post-mortem que serveixi com a punt de partida per a que altres desenvolupadors catalans comparteixin les seves experiències i s'animin a enviar els seus. Per tant, faré un petit repàs de com ha anat el projecte de **Super Hyperactive Ninja**.



Super Hyperactive Ninja és un joc de **plataformes** on el jugador controla un ninja que ha d'anar agafant cafè per tal de mantenir-se despert i arribar al final del nivell. L'objectiu del joc és derrotar el malvat Shogun, lladre del cafè llegendari.

El projecte va començar com un **remake** de Hyperactive Ninja, un joc que vam fer en David León (ara a Lince Works, responsables d'Aragami) i jo quan encara anàvem a la universitat, com a forma d'aprendre a desenvolupar per a Android. Des d'aleshores vam voler fer una nova versió, però mai trobàvem



temps. El 2016, el meu company i altra meitat de Grimorio of Games, en Javier, em va proposar fer-lo realitat d'una vegada per totes. Vam parlar amb en David i, amb el seu vist-i-plau i ajut casual ens vam posar fil a l'agulla.

El nou joc, Super Hyperactive Ninja ("Super" per ser una versió "milloorada" i per remetre a la Super Nintendo, on gran part del catàleg tenia aquest prefix), havia de ser més complex que l'original (que només tenia una acció: saltar), però mantenir l'essència: córrer sense control. Així, vam idear l'**Hyperactive**

**Mode**, un nou ús per a la cafeïna que s'havia d'anar agafant pels nivells. D'aquesta forma, és només durant aquest nou estat temporal que el personatge corre sense poder canviar de direcció, però el fem necessari per a avançar en el joc.

Després de poc **més d'un any i mig de desenvolupament**, vam finalitzar el joc i vam començar a realitzar es versions per a la resta de plataformes possibles. Això va ser possible gràcies a JanduSoft, una altra empresa de Barcelona, que poc abans havia publicat Caveman Warriors per a totes les consoles.

## EL QUE HA ANAT BÉ

- Estem molt contents amb el **resultat final**, el joc que hem publicat. Tot i haver tingut en compte el feedback de varies persones i haver canviat parts del disseny del joc que eren bàsiques, el resultat és molt similar al que havíem imaginat des d'un començament.
- És el nostre primer joc com a Grimorio i hem aconseguit portar-lo a **gairebé totes les plataformes**. Ho hem realitzat en el temps que ens havíem proposat (menys de dos anys) i ens ho hem passat molt bé desenvolupant el joc. Crec que es nota quan algú hi juga.
- Hem anat a diversos esdeveniments i hem estat escollits com a **finalistes de diversos premis** (3-Headed Monkey Awards de la UPC, Indie X de la Lisboa Games Week, Games Startup Competition de la Barcelona Games World). No n'hem guanyat cap, però.
- Hem fet un joc que agrada al target a qui anàvem dirigits: els **speedrunners**. Als esdeveniments hem vist com molta gent s'ho passava bé jugant-hi.

## EL QUE HA ANAT MALAMENT

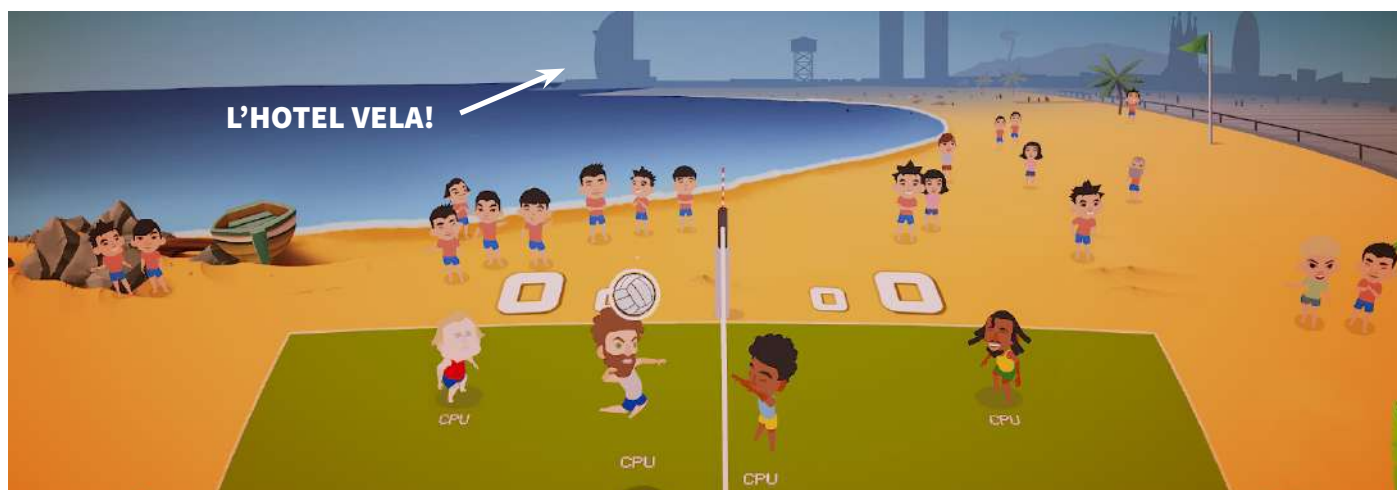
- Actualment, i cada vegada més, la gent té un **llindar de frustració força baix**. Super Hyperactive Ninja està dissenyat per ser força exigent i mantenir el jugador a la frontera de la frustració per tal de "picar-lo". Molts jugadors s'enfadaven en morir 2 o 3 vegades al mateix lloc, encara que fos per culpa seva.
- Com a conseqüència de l'anterior punt, molts reviewers **han deixat de jugar massa aviat al joc** (sense arribar a entendre'l del tot) i ha repercutit negativament en moltes valoracions i ressenyes.
- El nostre **target** no era tan nombrós com pensàvem.
- La combinació d'una manca de promoció i sortir en dates no molt bones ha fet que passem força **desapercebuts** en el mar de llançaments actuals.
- **Econòmicament**, el projecte no ha estat un fracàs ni molt menys, però crec que podria haver anat molt millor. Com a mínim, no hem perdut diners.



Amb aquests punts, tenim ben clar quina serà la nostra **"fulla de ruta"** vers el nou projecte que estem preparant: ens esforçarem més en la promoció, estudiarem millor el target a qui ens dirigim i seguirem fent jocs difícils i que siguin un repte, però incloent eines per minimitzar la frustració del jugador.

Ja estem treballant en el nostre nou joc: **Sword of the Necromancer**, que esperem poder mostrar a la Barcelona Games World d'aquest mateix any.





## NOVA ACTUALITZACIÓ DE SUPER VOLLEY BLAST

Super Volley Blast és un videojoc per a PS4, Xbox ONE, PC i Nintendo Switch desenvolupat per Unfinished Pixel, un estudi barceloní. Ja el vam provar quan es va llançar i us vam portar una breu ressenya. Un títol de voleibol arcade de partides en equip 2 VS 2 que comptava amb uns quants modes. Tots d'allò més entretinguts però, des del nostre punt de vista, calia més diversitat i algun afegit per mantenir al jugador/a enganxat a la pantalla. I els nostres desitjos s'han complert! Fa poc s'ha actualitzat a una nova versió amb **nous modes, l'esperada traducció al català i altres agradables novetats**. I tot sense cap cost extra!

### MINIJOCS!

Una col·lecció de partides curtes han envaït Super Volley Blast! El nou mode anomenat Super Blast és ideal per trencar les lleis del volley i fer-nos passar una bona estona. Podrem escollir com volem jugar: amb la pista congelada (relliscarem), amb la pilota transformada en bomba, que els jugadors es cansin segons els tirs, poder fer només 2 tocs o una "pilota pollastre" que s'escapa. Un seguit d'entretingudes activitats que donen peu a una **rejugabilitat permanent**. A més a més, podem jugar amb amics, crear torneigs o simplement fer unes partides contra la màquina. Ens ha recordat a la diversió de les partides locals de jocs com Super Mario Party!



### TRADUCCIÓ AL CATALÀ!

No el vam poder gaudir de sortida, però gràcies a l'esforç i ompromís d'Unfinished Pixel, ja podem seleccionar el **català** com a idioma disponible dins del videojoc. També se li han afegit altres idiomes d'origen asiàtic, així com petites correccions d'errors menors.

Nosaltres sempre anem una mica més enllà i, veient l'habilitat de l'estudi per introduir novetats, ens hem permès somniar una mica. Seria brutal incloure són **funcions en línia**. Sabem que no és tant fàcil: fan falta servidors, una gran inversió i una comunitat disposada a jugar. Potser és un risc que no cal córrer ara mateix, però seria brutal!



Justificar si els videojocs són art o no ho són és un dels debats més típics del sector. Ningú dubta que tenen components artístics, alguns més que d'altres, però no tothom els considera una **obra d'art** en si mateixa com podria ser un quadre, una peça musical o la literatura. Si alguna vegada necessiteu convèncer a algú que separa art i videojocs, **GRIS** és una prova irrefutable.

GRIS és una obra d'art. No només per l'apartat visual, liderat per la il·lustració de **Conrad Roset**, sinó per una experiència completa que proporciona la sensació d'estar consumint art a la vegada d'estar jugant a un videojoc sense que una acció solapi a l'altre. Pocs títols arriben a aquest punt (Ori and The Blind Forest és un bon exemple) i cap tan intensament com GRIS, que aconsegueix que el seu art formi part de la jugabilitat.

GRIS és un **plataformes lateral en 2D** amb el salt com a mecànica principal. Controlarem a una noia (que dona nom al títol del videojoc) que ha perdut la seva veu i cau dins d'un món desconegut. Caldrà superar diversos **trencaclosques** i reptes, però no patiu, ja que no hi haurà perill de morir. Això no significa que sigui un joc massa fàcil, simplement és una decisió que busca no entorpir l'experiència amb interrupcions.

Haurem d'escapar d'aquest món i tornar a l'original a través d'un sistema de progressió d'habilitats que sorgiran de la vestimenta de la protagonista. Podrem gaudir de GRIS a **PC i Switch a partir del 19 de desembre**.





## EL DETECTIU CONAN DEBUTA EN CATALÀ AL CINEMA



Mentre la policia comença a investigar el cas, descobrixen que hi ha **empremtes dactilars d'en Kogoro Mouri**, així que en Conan s'hi implica de ple, tant per ajudar en Kogoro, pel propi cas com per la Ran.

En **Toru Amuro** (personatge que treballa per a la policia secreta de Japó) serà un dels que, amb l'ajuda d'en Conan, aconseguiran esbrinar la veritat darrere els darrers inexplicables successos. Enmig de tot aquest enrenou, hi ha un seguit d'esdeveniments i personatges que no ens pararem a examinar (com per exemple advocats, jutges i personal policíac que, entre naps i cols, només fan que **tergiversar els fets**).

La situació no fa més que empitjorar. Els aparells electrònics comencen a tornar-se bojós, les notícies són nefastes i tothom dubta de la seva seguretat. A tot això hi hem d'afegir que la sonda de l'inici de la pel·lícula cobra protagonisme i passa a formar part de l'atac terrorista. **El culpable planeja que caigui sobre la base de la policia**, així que toca evacuar. La gent que viu a pocs metres de la zona d'impacte ha de ser traslladada. Mentrestant, en Conan i l'Amuro des-

En Conan Edogawa (o Sinichi Kudo, com preferiu) torna amb una nova aventura. Aquesta vegada, l'hem pogut gaudir a la gran pantalla i us en volem fer cinc cèntims. Hem intentat no fer **cap filtració rellevant**, però si vols veure-la pròximament sense saber-ne res, et recomanem que no continuïs llegint. Nosaltres (com no podia ser d'un altre manera) hem anat a veure la pel·lícula el dia de l'estrena al cinema.

El film ens situa a una metròpoli actual. Regna la tecnologia, tothom té smartphones, smart TV's i fins i tot hi ha drons. La història comença amb un gran esdeveniment: la propera caiguda d'una sonda espacial. A pocs dies de la seva arribada, una **explosió terrorista** té lloc a l'edifici (situat a la zona turística) on es celebrarà una cimera internacional molt important.

Què ha passat, per què i com són les grans qüestions en la que es centra la trama. Durant l'atemptat, hi havia voltant la **policia secreta**, organització que també compta amb un paper transcendental. Algunes persones de l'equip van ser ferides, però el secret recau en que no hi havia cap civil a la zona.



cobreixen al culpable. En una carrera contrarellotge, i contra tot pronòstic, aconseguixen aturar l'impacte.

No és una trama difícil en si mateixa, a vegades costa de seguir-la i lligar caps. No està dirigida als més petits, ja que expliquen coses una mica enrevessades. De tota manera, es nota moltíssim una **evolució i maduresa** major (i molt benvinguda ara que som grandets) que als capítols habituals.



**AMB EL CODI**

**“N18”**

**Avança les teves compres de Nadal a [rsgames.es](http://rsgames.es) des de l'1 al 16 de desembre amb un **15% de descompte** utilitzant el codi “N18” per totes les compres superiors a 5€**

**Entre els nostres articles podràs trobar les últimes novetats de **Final Fantasy TCG** amb el Opus VII, **Magic The Gathering** i la seva última entrega “Ultimate Masters” (a partir del 7 de desembre) i **The Legend of Zelda TCG**. No t'ho les perdis!**



**FINAL FANTASY**  
FINAL FANTASY  
TRADING CARD GAME

THE LEGEND OF  
**ZELDA**

**MAGIC**  
The Gathering®



# ELTECNOLÒGIC

**DIRECCIÓ I DISSENY:** Roger Mitats Vallvé (@Grani133)

**CAP DE CONTINGUTS:** Sergi Palacios Caimons (Kaimasters)

@revistecnologic

[www.eltecnologic.cat/](http://www.eltecnologic.cat/)

## COL·LABOREN



[www.nintenhype.cat](http://www.nintenhype.cat)



[xequinpasmeblog.wordpress.com/](http://xequinpasmeblog.wordpress.com/)



[www.oldschoolgames.cat](http://www.oldschoolgames.cat)



[www.tadaima.cat](http://www.tadaima.cat)

## SUPORT I AGRAÏMENTS

PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA



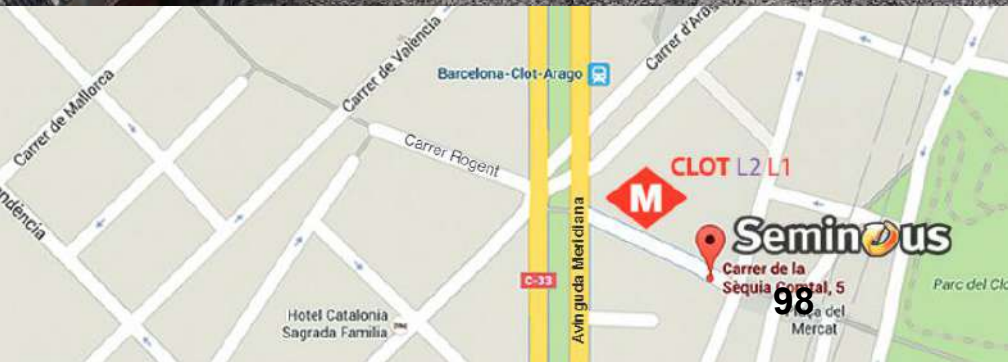
Generalitat de Catalunya  
**Institut Català**  
de les Empreses Culturals



# EL TECNOLÒGIC







**seminousbarcelona**



**93 182 18 55**



**seminous@hotmail.com**



# EDITORIAL

---

## UNA CONVICCIÓ QUE NEIX D'UN SOMRIURE

**C**ada vegada estic més convençut d'aquest projecte. És cert que es troba en una fase embrionària tenint en compte els objectius que volem assolir i que hi ha moltes dificultats per superar, però des del debut del primer número en paper al BGW, he vist petits detalls que m'hi fan creure fermament. En primer lloc, destaco el suport de la comunitat. Trobar persones amb les mateixes **inquietuds** que les meves m'ha permès reafirmar la creença de la necessitat de llegir, parlar i, sobretot, jugar a videojocs en català.

Jo sempre he parlat de videojocs en llengua catalana amb el meu cercle d'amistats. Malgrat això, mai m'havia preocupat per buscar videojocs en català, segurament a causa d'una suma entre la meua falta de maduresa i el costum de llegir i jugar en castellà o anglès. Què hauria passat si hagués anat (com cada mes) al **quiosc** i hagués trobat una revista en català? Algú que m'obris les portes a descobrir que a Catalunya tenim una de les indústries europees més importants del sector?

Gràcies a aquest projecte, vaig poder gaudir per primera vegada en català d'un videojoc. Va ser una experiència completament nova per mi, com si estigués redescobrint **una altra dimensió** del món dels videojocs. Se m'escapava un

somriure quan veia en pantalla expressions i paraules catalanes que utilitzem quotidianament. Fins i tot, amb una acció tan simple com navegar pel menú, vaig pensar: "Ostres, que guapo poder canviar l'idioma a català i ajustar la **"lluentor"** en comptes del "brillo" o anar a la **"botiga"** en comptes de la "shop".

Des d'aleshores, vull que la revista obri aquestes portes a altres persones i que puguin experimentar i tenir les mateixes sensacions. Com a mínim, que trobin un espai on consumir i **parlar en català** de la seva gran afició si no el tenen. Segur que hi ha molts casos com el meu. Com ja he comentat més d'una vegada, els videojocs catalans tenen més ressò a l'estranger que a casa nostra. Quin dret tenim a demanar que les desenvolupadores de fora tradueixin al català si abans no fem cas a les que ho fan aquí? Volem córrer sense saber caminar. Amb la revista i tota la comunitat que l'envolta, estem fent les **primeres passes!**

Vull agrair la confiança dels qui us heu convertit en mecenes de l'edició en paper des de l'inici. També a totes les persones i entitats que estan col·laborant amb nosaltres, així com a les desenvolupadores i la seva total **predisposició**. Tenim moltes ganes de veure la revista a les vostres estanteries!



## LES SENTÈNCIES D'EN MONOKUMA



### METROID PRIME 4

Nintendo ha **reiniciat des de zero** el desenvolupament de Metroid Prime 4 després d'admetre que no ha progressat tal com esperaven. Es van omplir massa ràpid la boca quan el van anunciar fa 2 anys. Com a mínim, sabem que passarà a estar a les bones i confiables mans de Retro Studios.



### ANTHEM

Sembla que EA faci tot el possible per espionar cadascun dels seus grans projectes. A falta de menys d'un mes pel llançament d'Anthem, s'ha admès per sota el nas que el joc **no funcionarà alhora a 1080P/60FPS** en consola, ni tan sols a PS4 Pro i Xbox One X. No tenen vergonya!



### RESIDENT EVIL 2 REMAKE

Si no ocorre res estrany, el remake de Resident Evil 2 podria convertir-se en un dels títols més exitosos de la franquícia. Després d'una demo amb gairebé 2,5 milions de descàrregues i un **llançament excel·lent** pel que fa a crítica i popularitat, el gènere Survival Horror torna a ser protagonista!



### ATLAS

Els creadors d'ARK: Survival Evolved han llançat ATLAS, un altre videojoc que està ple de problemes: fallides gràfiques, animacions sense sentit, errors per tot arreu i tancaments espontanis del programa. Fins i tot han **hackejat els servidors**, provocant el caos al multijugador. No aprenen la lliçó!



### PLAYSTATION CLASSIC

Apostar per la nostàlgia és una fórmula d'èxit assegurat però, inexplicablement, Sony no ha sabut oferir el producte que esperava el seu públic. PlayStation Classic no ha complert ni molt menys les expectatives i **ha fracassat estrepitosament en vendes**, tant que ja es pot trobar fins i tot a meitat de preu.



### SEA OF THIEVES

Sea of Thieves ha començat el 2019 de la millor manera amb un significatiu augment de popularitat i seguiment a Twitch gràcies a la nova expansió **"Shrouded Spoils"**, que incorpora moltes novetats interessants de PvE i JcJ. Per si fos poc, encara ha d'arribar un mode multijugador competitiu!



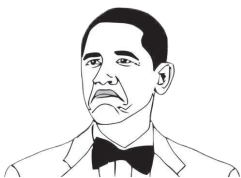
### CELESTE

Després d'haver estat nominat a millor videojoc de l'any i consagrar-se com un dels millors títols independents dels últims anys, Celeste rebrà un **DLC gratuït** que continuarà la història amb un nou capítol, incorporarà noves mecàniques i compatarà amb els nivells més difícils de tota l'obra.



### BLOODSTAINED

Després que el creador de Castlevania: Symphony of the Night (Koji Igarashi) superés el Kickstarter per finançar Bloodstained (el seu nou joc), s'ha embrutat la seva credibilitat amb la **cancel·lació de les versions de Mac i Linux**. Recordem que ja va succeir amb les edicions per a WiiU i PSVita.



## PROPERES LLANÇAMENTS QUE FAN BONA PINTA



En Yoshi torna amb una nova aventura que recull i millora el ja notable apartat visual que tenia a Wii U. Un títol de plataformes en el que podrem jugar els nivells començant pel final! Podrem gaudir de **Yoshi's Crafted World** a partir del 23 de març.



Després de tres anys d'espera, endarreriments i molta palla, per fi podrem gaudir d'aquest videojoc que promet dinamisme i molta adrenalina. **Crackdown 3** sortirà a la venda el 15 de febrer a Xbox One i a Windows PC. Ja era hora, Microsoft!



**Outward** podria ser la nostra gran aventura de l'any. Un videojoc de món obert en què podrem fer pràcticament de tot: explorar lluitar, socialitzar... Però compte! Una petita ferida infectada o una malaltia qualsevol també podrà acabar amb nosaltres.



En Dante torna amb energies renovades i amb ganes d'executar milers de dimonis. A partir del 8 de març comença una carnisseria plena de grans batalles, escenes increïbles, armes flipants i personatges carismàtics amb **Devil May Cry 5**.



**You're Not Special** és un RPG totalment diferent de la resta. A partir de mitjans de febrer haurèm de resoldre misteris i salvar poblats sense ser els herois de l'aventura. Serem un simple pagès que pendrà decisions transcendents!



SEGA comença l'any amb força. Un nou títol de la seva estimada i veterana saga d'estratègia ens robarà milers d'hores de lluites i defenses territorials. **Total War: THREE KINGDOMS** arriba el 7 de març per recrear els conflictes bèl·lics xinesos.



## EL SUCCESSOR ESPIRITUAL DE CLOCK TOWER, NIGHT CRY, ARRIBA PER FI A PS VITA



**A**ctive Gaming Media i Nude Maker han complert la promesa que havien fet a la comunitat: una versió del seu joc per a PS Vita.

Estem parlant de **Night Cry**, una obra de terror que ens situa en un luxós creuer on ocorreren fenòmens paranormals i ens perseguirà un ésser amb la intenció d'enviar-nos a l'altre barri. Un click 'n point en 3D que compta amb un munt de secrets, històries alternatives i un mode exploració que ens permetrà anar on i com vulguem.

Night Cry va confirmar versions de PC, PS Vita i mòbils el 2015. La versió d'ordinadors es va llançar l'any següent, però fins ara no sabíem res de la resta. Així doncs, des del **31 de gener** podeu gaudir en portàtil d'un títol imprescindible per a qui li agradi el terror. Cal destacar l'esforç de la desenvolupadora en

fer una versió per a PS Vita, ja que suposava un risc en ser una consola que ja no està a primera plana mediàtica, però li escau com anell al dit. Night Cry es considera popularment el successor espiritual de **Clock Tower**, ja que ha estat dirigit pel mateix creador, **Hifumi Kono**. De fet, les mecàniques, ambientació i objectius són molt similars al que ja hem vist amb altres projectes en els quals ha estat involucrat.

Es tracta, però, d'un títol que no és apte per a tothom, ja que inclou mecàniques amb un munt de trencaclosques d'una **difficultat bastant elevada**. Poden ser aspectes que us facin pensar dues vegades comprar-lo, però us recomanem que li doneu una oportunitat si us crida mínimament l'atenció, ja que probablement us sorprengui gratament. Ja ens direu què us ha semblat i si heu aguantat fins al final!



# ELS CREADORS DE PROJECT CARS VOLEN CREAR LA SEVA PRÒPIA CONSOLA, MAD BOX



La indústria dels videojocs no deixa de sorprendre'ns. Quan sembla que el mercat de les consoles ja està consolidat i que només unes poques empreses s'emporten un tros del pastís, arriba algú amb la intenció de fer també una mossegada.

Els creadors de **Project Cars** (Slightly Mad Studios) han anunciat que pretenen llençar al mercat el seu propi hardware. Una consola que, segons les seves paraules, suportaria **4K i 60 imatges per segon**, a banda de donar cabuda a jocs independents, comptar amb un sistema en línia molt estable i un munt de funcionalitats diferents de la competència (com ara els videojocs en streaming). Asseguren també que

brillarà especialment amb títols de **realitat virtual** i simuladors de conducció (comprensible si tenim en compte la trajectòria de l'estudi).

De moment, coneixem molt pocs detalls del funcionament de la consola: s'ha compartit alguna imatge del seu controlador, que compta amb un **panell tàtil** a la part davantera que interactuarà i se sincronitzarà amb el videojoc que estiguem jugant en aquell moment. Per exemple, si es tracta d'un títol de conducció, veurem l'acceleròmetre. Una idea que ens recorda al panell lluminós de PS4 o al posterior de PS Vita que es va fer servir en comptades ocasions i va quedar com un **atractiu anecdòtic**.

Tot i això, una de les característiques que més ha cridat l'atenció ha estat la possibilitat d'implementar un **sistema en línia** amb una subscripció de pagament amb la que es pugui recuperar l'import invertit i potencialment **guanyar diners**. Apostarien per incloure publicitat i pagar als jugadors i jugadores per cada hora que estiguessin en connexió mitjançant crèdits que podrien bescanviar per diners reals.

**Mad Box** arribarà aproximadament d'aquí a tres anys sota la promesa de ser la consola més potent de la història. De tota manera, esperem que no lluiti només en l'àmbit tècnic i ofereixi funcionalitats i videojocs pels quals valgui la pena comprar-la.

## NINTENDO ES RODEJA DELS MILLORS VIDEOJOCs INDEPENDENTS



No podem dir que hagi estat el millor començament d'any de Nintendo, ja que no ha rebut molts dels videojocs importants que han arribat a altres plataformes, com ara Resident Evil 2: Remake o Kingdom Hearts 3. Tampoc veurem els grans llançaments de febrer com Anthem o Jump Force.

Mentre esperem a veure què passa amb Switch, Nintendo ens tenia preparada una petita sorpresa. Mitjançant una breu presentació, hem pogut descobrir alguns videojocs que arribaran el 2019. Si bé és cert que tots són de **caràcter independent**, no els hem d'infravalorar gens ni mica, ja que la majoria tenen una pinta excel·lent.

Ens han confirmat l'arribada de **Wargroove**, un títol estratègic que ens recorda a clàssics com la saga Wars ja disponible a l'eShop.

**Double Kick Heroes**, videojoc rítmic i d'acció amb estètica pixel art en el qual ens tocarà derrotar a un munt de personatges estrambòtics.

**When Ski Lifts Go Wrong** també ha estat un dels grans protagonistes: haurem de construir estructures amb l'objectiu de no caure per un precipici o xocar contra una paret (similar al Poly Bridge).

**Inmost** també ha brillat entre la comunitat amb la seva proposta de mescla entre plataformes i trenca-closques amb un fort component narratiu en un ambient tenebrós.

També ha causat una gran impressió **SteamWorld Quest: Hand of Gilgamech**, un títol de rol de cartes dibuixat a mà que combina fantasia i elements Steampunk. Seguint amb cartes, **Slay The Spire** ens proposa un títol de construcció

dinàmica de baralles amb tocs roguelike ple de criatures estranyes.

Cal destacar **Morphies Law**, un divertit shooter atípic entre robots que canviaran morfològicament mentre avança el combat.

Una aposta interessant ha estat **Night Call**, un títol policíac ambientat a París on serem un taxista que haurà de resoldre assassinats.

Per altra banda, **Crosscode** ens porta rol i acció en 2D amb estètica dels 16 bits i una trama amb molta ciència-ficció. **Forager** també aposta pel 2D, però ens trobarem un món obert ple de masmorres.

Altres títols interessants han estat **Goat Simulator** (que arribarà amb la versió completa) i **Unruly Heroes**, un plataformes inspirat en la llegenda xinesa del Rei Mico.



# THE LEGEND OF HEROES: TRAILS OF COLD STEEL III ARRIBARÀ A OCCIDENT AQUESTA TARDOR



**T**he Legend Of Heroes: Trials Of The Cold Steel 3 està a punt de sortir en exclusiva (com a mínim de moment) per a **PS4**. També arribaran els dos anteriors videojocs d'aquesta subsaga gràcies a Bandai i Nis Amèrica, que ja van portar les versions de PS3 i PS Vita a occident.

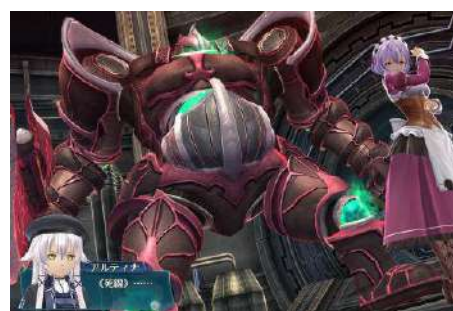
De moment, no hi ha una data concreta per cap d'aquests llançaments, però asseguren que d'aquí poc tindrem més informació. The Legend of Heroes és una franquícia desenvolupada per **Nihon Falcom**, un gegant reconegut del gènere del rol (és la mateixa desenvolupadora de la saga Ys) que molt poques vegades podem gaudir a occident.

La saga es caracteritza per tenir una història ben lligada, moltes hores de joc, uns combats molt interessants i interactius (que beuen d'altres IP com Shin Megami Ten-

sei) i un nivell de dificultat no massa elevat (tampoc massa fàcil) que aconsegueix mantenir al jugador/a sempre davant la pantalla amb ganes de saber més sense que s'encalli i perdi el fil de la història, tal com passa a altres títols del gènere.

Ens veurem embolicats en una trama bèl·lica que ens permetrà explorar l'Oest de l'Imperi i les **Illes de Britannia**. Inclourà noves mecàniques jugables, però mantindrà la forta narrativa i els elements estratègics que caracteritzen la saga. A més, el títol comptarà amb un sistema de combat revisat i afegirà noves funcions com les anomenades **Brave Order i Break System**.

Així mateix, s'ha anunciat una **edició especial** amb la banda sonora en CD i un llibre d'art de tapa tova amb els millors dissenys artístics de Trails of Cold Steel III.





# LA LOCALITZACIÓ DELS VIDEOJOCs: EL PODER DE LA COMUNITAT



SERGI PALACIOS CAIMONS

@Kaimasters

**E**stem segurs que alguna vegada no heu pogut gaudir d'un videojoc per culpa de problemes territorials, polítiques d'alguna empresa o limitacions de traducció i doblatge. Al llarg de la història hi ha hagut milers de casos com aquest; **títols que no han creuat la línia oriental** (o americana) per diversos motius.

Segur que us sonen obres **Chrono Trigger**, **Shin Megami Tensei**, **Mother/Earthbound** o **Baiten Kaitos Origins**. Efectivament, són videojocs que no van arribar a casa nostra. Per aconseguir-ne una còpia vam haver de gastar-nos un dineral en importar-les o fer malabars per aconseguir jugar-hi. Una tendència que sempre ha perjudicat al públic europeu i que, encara avui, inexplicablement segueix afectant-nos.

Com veieu, la majoria de videojocs que protagonitzen aquests casos són d'aventures o de rol. Com bé sabreu, són gèneres que no tenen massa popularitat ni venen gaire (sobretot si ho comparem amb altres gèneres). Per si no fos prou, la localització o traducció suposa una gran **inversió econòmica**.

Suposem que ja heu arribat a la mateixa conclusió que nosaltres: no surt a compte gastar tants diners per acabar probablement guanyant-ne menys. També cal destacar el **poc interès** que hi ha per part de molts jugadors/es. No només ens hem de fixar en els beneficis monetaris: si a la gent no li interessa a curt ni a llarg termini, no hi ha raons perquè les empreses s'interessin en el nostre mercat.

Però no tota la culpa és nostra: Hi ha moltes empreses, generalment japoneses, a les que no els interessa sortir de la seva **zona de confort**. Si ja els hi va bé al Japó, segurament no vegin la necessitat ni tinguin l'ambició de fer un esforç que suposa un risc.



## NINTENDO I LA COMUNITAT TORNEN A MOURE LA INDÚSTRIA

La gran N ha aconseguit moltes fites. Una de les més importants és la seva intervenció durant l'època dels 8-bits quan, gràcies a les seves grans obres com Super Mario Bros., va salvar la indústria d'una davallada molt brusca. Des d'aquell moment, han protagonitzat altres punts d'inflexió dins de la història del videojoc, com per exemple la **localització de tres grans videojocs de Rol**.



A finals de l'època de la Wii, quan ja tenien la WiiU llesta per llençar, es va produir un canvi que macaria el final d'aquella generació: **L'Operation Rainfall**.

Al final de la vida útil de la Wii, s'anuncien tres grans títols de rol que destaquen sobre la resta: **The Last Story, Xenoblade Chronicles i Pandora's Tower**. Cap dels tres es confirmen per occident.

Aquesta decepcionant notícia posa en marxa a la comunitat americana i als mateixos mitjans de comunicació. S'envien **milers de missatges** per Facebook i Twitter, cartes escrites a mà a la seu de Nintendo Of America i un nombre in comptable de peticions fòrums que demanen la localització de les obres.

Diversos alts càrrecs de les empreses desenvolupadores intenten posar ordre però, desgraciadament, no es mullen sobre el tema. Només donen **falses esperances** a la comunitat amb mitges promeses que no haguessin complert mai.

Aquesta recurrent petició va perdurar amb força més de **18 mesos**, els mateixos que va tardar Nintendo en trencar el seu silenci i anunciar el que tothom estava esperant amb candeletes.

Nintendo va donar llum verda al llançament occidental dels tres videojocs, que culminaria amb la confirmació oficial de **Nintendo Of America** l'any 2013. La xarxa va embogir davant d'un èxit inesperat, ja que Nintendo mai havia respost favorablement campanyes d'aquesta mena. També és cert que no se n'havia vist mai cap tan multitudinària.

Els tres títols van arribar a occident, però amb **tirades limitadíssimes**. Només els primers a comprar-los o els que hem pogut adquirir-los gràcies a la revenuda tenim la gran sort d'haver-los gaudit legalment.

Malgrat tot, L'Operation Rainfall va significar un gran canvi dins la indústria i va ser la prova vivent del que pot aconseguir la **comunitat unida**.





# NO TOTES SÓN PEACH



NINTENHYPE.CAT

@NintenhypeCat @ariarlet



Últimament els jugadors i jugadores de noves generacions s'estan queixant de qüestions com per què en un videojoc de guerra hi participen dones o per què en un joc ambientat en el "Far West" tenim lluitadores. És un debat absurd però... Per què sorgeix ara? Si retrocedim en el temps, podem comprovar que **Nintendo** ja ha introduït **personatges femenins** "problemàtics" en grans sagues de la companyia.



Per començar, parlarem de la segona gran saga de la qual disposa la gran N, **The Legend of Zelda** (sí, la que s'ha convertit en un divertit meme on la gent confon el protagonista amb la princesa). Amb el nou anunci de Super Smash Bros. Ultimate per a Nintendo Switch, vam poder "gaudir" de la famosa frase: "Por culpa de las feministas, Zelda ahora és una mujer", o anant més enrere, del mític "I'm not Zelda".

Fora d'aquesta confusió, entre els no fans de la saga es pot comprendre l'error en tenir el nom de "Zelda" i l'època en què es va llançar. Possiblement era impensable creure que el nom de la saga no fes referència al "**clàssic**" **heroi masculí**. Probablement no era el que Nintendo buscava, però el protagonisme recau més en la princesa de Hyrule, deixant el nom de Link en segon pla.

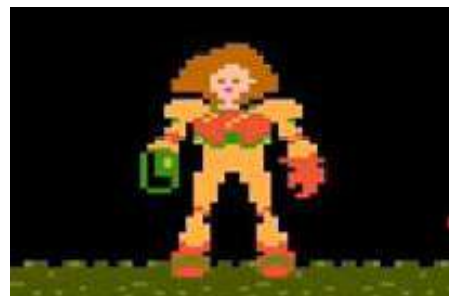


Recordem que, tot i que en alguna entrega existeix el paper del pare de Zelda, en altres de molt destacables no hi és present, fent que Zelda sigui la governant de tot el regne de Hyrule i potenciant la ideologia d'"una dona al poder". També l'hem trobat transformada en diverses ocasions com a **guerrera** en el rol de "Sheik" i "Tetra".

"Metroidvania". Gènere que sorgeix de dos grans videojocs (Metroid i Castlevania). Continuem amb **Metroid**, saga que neix a NES el 1986 i on el jugador/a no tindria constància del gènere del protagonista fins al final del joc. Viatja per la galàxia lluitant contra els Metroids per venjar-se de les atrocitats que van fer al seu poble natal.

La protagonista es diu Samus. Si no et passaves el joc en un mínim de temps, aquest secret no era revelat, així que poca gent va descobrir que realment es tractava d'una dona. Aquest **final inesperat** va provocar una gran revolució per al sector i per a la comunitat. El fet de revelar-te que fos una dona no entrava en cap ment de l'època.

Tot i això, no és exagerat afirmar que el joc frega el **masclisme**, ja que si superaves el joc amb molta rapidesa, Samus, de manera gratuïta i innecessària, es treia el vestit de combat a més a més del casc en la revelació, de tal manera que acabava en biquini.



Per part de **Fire Emblem** trobem molts personatges femenins importants. He fet una tria de les més destacables, ja que dins de la saga n'hi ha pràcticament d'infinits, a banda dels que encara hem de conèixer.



**Tiki** (Fire Emblem: Shadow Dragon and the Blade of Light, 1990). Tot i que és molt bondadosa, alberga dins seu un gran poder capaç de destrossar pràcticament la raça humana. Naga, la seva mare, pren una decisió molt valenta per tal de salvar la humanitat: induir la seva filla en un somni etern, tot i que Tiki desperta en moltes ocasions i ajuda als protagonistes. Recordem que Naga és la líder dels dracs i gràcies a la seva vanitat és anomenada “vanitat per la humanitat”.



**Lucina** (Fire Emblem: Awakening, 2012). És un dels personatges més importants dins de tot l'univers de Fire Emblem. Filla de Chrom, es defineix com una princesa guerrera, justiciera i decidida, que té la missió de salvar el món. Es preocupa molt pel seu pare, fins al punt de fer-se passar per home quan viatja al passat per poder-lo salvar. És cert que ho fa per no ser reconeguda i que la prenguin seriosament, però és capaç de portar al seu poble cap a la victòria amb l'espasa del seu pare.



**Soleil** (Fire Emblem: Fates, 2016). És un dels personatges més moderns de la saga, on pels diàlegs podem comprovar que és homosexual. És més, Nintendo va haver de suprimir alguna escena on donava a entendre que Soleil "es cura" de l'homosexualitat. L'escena explica que beu un pols màgic que fa que vegi als homes com a dones i a la inversa. Abans de beure-se'l, declara que li agrada la versió femenina d'un heroi, però quan s'acaba l'efecte diu que li agrada més la versió masculina.



**Lyn** (Fire Emblem: The Blazing Blade, 2003) és filla del governant que és assassinat quan ella és molt jove. El seu poble rebutja la idea de ser liderat per una dona i Lyn aprèn a viure sola mentre entrena per poder venjar la mort dels seus pares.



**Shiida** (Fire Emblem: Shadow Dragon and the Blade of Light, 1990). Amb només 10 anys va salvar un home indefens que estaven apallissant per haver ajudat un Gladiador. En veure-ho, no ho va poder evitar, va agafar l'espasa i va plantar cara.



**Micaiah** (Fire Emblem: Radiant Dawn, 2007). És un personatge que té el poder de sacrifici, el qual consisteix a fer-se mal a si mateixa per poder curar a la resta, sent així una persona lluitadora capaç de donar la seva vida pels altres.



Per últim, us vull mostrar els dos personatges més controvertits de Nintendo. El primer és la **Birdo**. Al Japó va ser un personatge bastant estimat, aconseguint d'aquesta manera un joc amb més protagonisme (Captain Rainbow). Birdo apareix per primer cop l'any 1988 en una aventura coneguda per la vella escola com a Super Mario Bros. 2, on feia el paper de "mini enemic final de fase" i tirava ous per la boca.

Com podem apreciar al manual del joc, Birdo, anomenat Ostro des d'un principi, es descrivia de la següent manera: "ell pensa que és una nena i escup ous per la seva boca. Ell prefereix que sigui anomenat "birdetta"". Davant de la tanta controvèrsia que va generar, Nintendo va optar, en jocs posteriors, anomenar-lo Birdo i convertir-lo així en el primer personatge **transsexual** de la història dels videojocs.

El segon és **Bibiana**, la sirena de la saga Paper Mario, que va fer la seva primera aparició a Paper Mario: La porta dels mil anys. En el cas anterior podíeu saber que era transgènere, però Bibiana només ho és considerat al Japó, on utilitzen pronoms masculins. Fins i tot, alguna vegada l'han anomenat "**nen**". Tant a Amèrica com Europa es tracta com a una dona, fent ús només dels pronoms femenins i mai masculins. No obstant això, a la versió anglesa, Goomarina (la nostra ajudant durant l'aventura) ens la descriu de la següent forma: "És la germana més jove del Trio de les Ombrs...eh...el germà". Finalment diu que és una dona.

Com heu vist, el títol de l'article és "No totes són Peach però, què podem dir de la mateixa **Peach**? Encara que sigui la típica princesa que vesteix de rosa, presumida i massa femenina, no deixa de ser un personatge força desconegut tot i ser la governant d'un país sencer. A l'última entrega de la franquícia (Super Mario Odissey) apareix com a personatge secundari actiu i hem pogut veure que ha madurat i té un altre paper: és capaç de prendre una decisió important: no casar-se amb cap pretendent i viatjar **SOLA**.



En resum, **Nintendo** juga a una lliga tan diferent que molts d'aquests temes semblen desconeguts per la majoria. I tal com menciono al títol, "No totes són Peach", és a dir, no són les típiques princeses indefenses que necessiten ser rescatades i que vesteixen molt presumides. Les dones de Nintendo són des de guerreres decidides i autosuficients fins a éssers forts, independents, lluitadors i fins i tot transgènere.





# ARRIBA L'EXPERIÈNCIA DEFINITIVA "CLASHER"



FEDERACIÓ CATALANA DE CLASH ROYALE  
@FedCatCR

La Federació Catalana de Clash Royale prepara un dels esdeveniments presencials més importants de Clash Royale a Catalunya. Una **multitudinària trobada** de jugadors, jugadores, equips i clubs plena d'activitats que se celebrarà el **7 d'abril** a un gran castell de temàtica medieval situat a Gavà, a poc més de 10 km de Barcelona. Ja s'apropa la "ClashExperience"!

Concurs de disfresses, un bon àpat de carn a la brasa i torrades amb allioli, karaoke, tallers de dibuix, tir amb arc, llançament de dards, xerrades i taules rodones sobre eSports, photocalls, estands de marxandatge, una festa d'acomiadament amb DJ... Són només alguns exemples de tot el que podràs viure dins del castell **des de les 11:00h fins les 19:00h!**



## Mes de 1450€ en Premis!

- 5x Torneig Clash Royale: 25€ (125€)
- Millor Disfressa Clasher: 25€
- Millor Disseny Samarreta Equip: 25€
- Clasher amb més copes d'entre els presents: 25€



## - Copa Catalunya 2019 Clash Royale Individual

1er: 200€ 2on: 100€ (Preu: 3€/Jugador)  
\*1€ mes de premi per cadascú que participi!

## - Copa Catalunya 2019 Clash Royale 2vs2

1er: 100€ 2on: 50€ (Preu: 4€/Parella)  
\*2€ mes de premi per cada parella que participi!

## - Copa Catalunya 2019 Clash Royale per Equips

1er: 300€ 2on: 150€ (Preu: 5€/Equip de 5)  
\*3€ mes de premi per cada equip que participi!



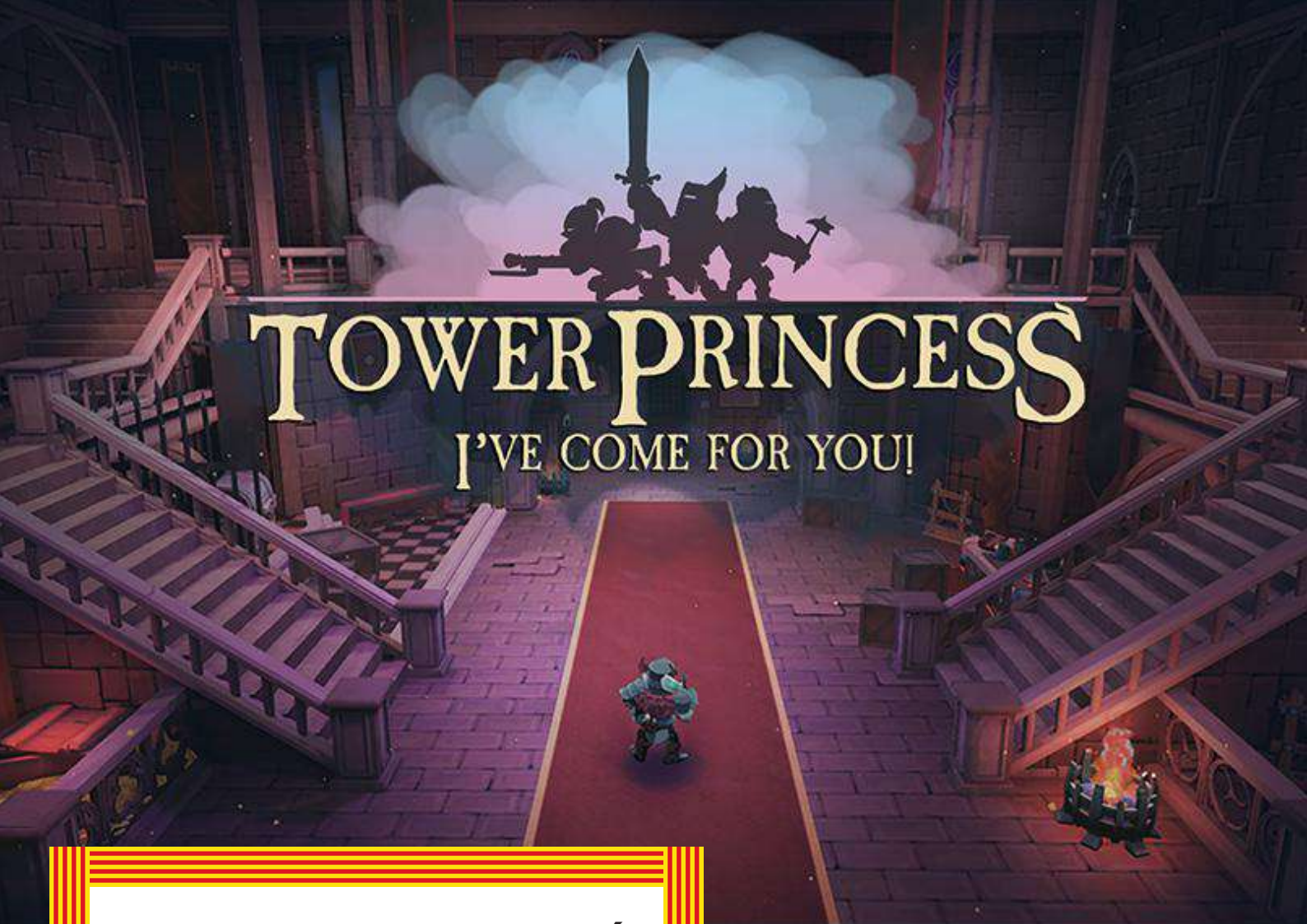
A més a més, se celebraran les competicions més importants de Clash Royale de l'àmbit català. A banda de diversos torneigs privats amb premis inclosos, es disputaran les fases finals de totes les modalitats de la **Copa Catalunya 2019** (individual, dobles i per equips).

Hi haurà un gran escenari, una pantalla gegant per veure les millors partides i un equip de retransmissió en directe que podreu seguir també a través de Twitch i YouTube. Les inscripcions ja estan obertes, així que doneu una ullada als horaris i les rondes que hi haurà abans de la final presencial a **www.clashroyale.cat**.

I els premis? Valen la pena? Doncs sí, així que ja pots buscar una bona baralla i entrenar fort! Hi haurà gairebé **1.500 euros** en metàl·lic repartits entre les diferents modalitats. Fins i tot hi haurà recompenses per a qui porti la disfressa més aconseguida, per a l'equip que llueixi la samarreta oficial més atractiva o pel jugador/a que tingui més copes al joc!

En definitiva, és una cita imperdible tant si t'apassiona Clash Royale i competeixes com si hi jugues de forma aficionada, però sobretot és una gran oportunitat per **descobrir** la fantàstica comunitat catalana que hi ha darrere. Nosaltres no ens ho perdrem!





## RECONVERTINT LA TRADICIÓ DE LA PRINCESA RESCATADA

No trobeu estrany que el cavaller aconseguixi l'amor de la princesa només pel fet haver-la salvat? D'acord, fer front a hordes d'enemics i vèncer un drac és una gesta prou meritòria i atractiva, però... què me'n dieu d'haver d'organitzar una bona cita després de rescatar-la?

Tower Princess (Awekteam) és una **paròdia** del clàssic "cavaller entra a una masmorra, venç al drac i rescata la princesa", però amb això no n'hi haurà prou per merèixer el seu amor. Haurem d'intentar que ens concedeixi una **cita** mentre superem un castell ple de mostres i trampes mortals.

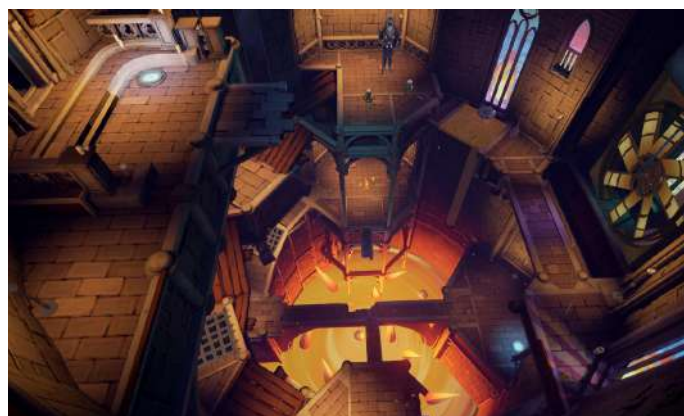
Per si no fos prou, hi haurà més d'una princesa al castell, cadascuna amb la seva personalitat, característiques i preferències, així que haurem de conèixer-les bé i esbrinar diverses fórmules per impressionar-les. Lògicament, no servirà el mateix per una princesa humana que per una **princesa zombi**.







A més a més, cada vegada que entrem al castell ens trobarem amb un estil de **masmorra** diferent, noves recompenses i altres reptes per superar. Fins i tot canviarà el personatge principal que controlarem. Cada visita als Dominis del Drac serà única, reforçant exponencialment la rejugabilitat. Per sort, podrem demanar ajuda a altres cavallers (o competir amb ells) dins del mode **multi-jugador**. Podreu esbrinar en companyia com convèncer a la princesa o bé guardar-nos les nostres fórmules i intentar aixafar la guitarra a la resta.



Pel que hem pogut veure, no només hi haurà cavallers i princeses. Podrem **invertir els rols** per encarnar cavallereses i salvar prínceps! Ens sembla una decisió increïble, no només per les possibilitats que ofereix al jugador/a, sinó que també ens sembla una gran forma de reconvertir una tradició obsoleta.

Tower Princess, que va superar la campanya d'Square Enix Collective amb un 95% d'èxit, ja ha iniciat la seva campanya de **Kickstarter**, en la qual podreu participar fins al 7 de març. L'objectiu de recaptació indispensable per finançar el llançament del videojoc serà d'uns 30.000 euros. Si superen els 70.000, podran desenvolupar versions per a Nintendo Switch, PS4 i Xbox One. Finalment, si arriben als 100.000, podran implementar el sistema multijugador.

Per descomptat, tothom qui col·labori amb la campanya rebrà una còpia digital del joc, tindrà accés a versions beta i tindrà poder de decisió en el desenvolupament a través de votacions internes, però hi haurà altres **recompenses** com armes i armadures exclusives, banda sonora, llibre d'art, entre d'altres. Us animem a provar la **versió demo** del joc disponible a la seva pàgina web i donar suport a la campanya de Kickstarter. Nosaltres ja estem impacients per posar a prova la nostra capacitat seductora!







## GANES D'ESTIU

**E**stem encara a febrer, però el Barcelona Games World 2018 ens va omplir de ganes d'estiu després de fer un primer tast de Summer in Mara, el nou videojoc dels creadors de **Deiland** (Chibig Studio). Vam poder acompanyar la Koa durant uns minuts en els quals vam fer una mica de tot.

Summer in Mara segueix les petjades de la fórmula d'èxit de Deiland (just el que demanava una comunitat amb ganes de més). Hi trobarem mecàniques conegudes, picades d'ullet i una **estètica similar** basada en ambients illencs i costaners.

Tot i això, les primeres paraules que se'ns van venir al cap en agafar el comandament van ser: **"És tot més gran"**. Sobretot en les possibilitats d'exploració i el mateix món, que sembla anar bastant més enllà del que hem pogut veure.





Aquesta evolució reforça la base d'aquesta mena de videojocs: gaudir de l'entorn i **explorar** relaxadament mentre realitzes una missió amb tota la calma del món. Allò que es pot complir en uns minuts, et pot portar fins i tot hores depenent de com t'ho prenguis a l'hora de jugar.

Pel que fa a la temàtica, Summer in Mara també serà un videojoc basat en la recol·lecció de recursos i la creació d'objectes. Haurem de cuidar la nostra pròpia illa i sobreviure, però tot apunta que hi haurà encara més **varietat de tasques** que a Deiland. Nosaltres vam recol·lectar unes taronges, alimentar uns porcs, conrear unes pastanagues, pujar a una muntanya per il·luminar una torxa amb un bastó de foc...

A nivell argumental, Summer in Mara ens guarda una història que anirà més enllà de fer-nos càrrec de la nostra illa. Hi haurà altres illes que guardaran **secrets** que la Koa haurà de descobrir per complir la mis-

sió que se li encomanarà. El factor aventura guanyarà molt pes sense deixar de banda el farming i crafting.

Una de les sorpreses més agradables va ser la mateixa protagonista (Koa), qui ens va captivar amb el seu caràcter rebel, una mica trapejista i obstinat, però també la seva energia, alegria i ganes d'aprendre i conèixer coses noves. Un símptoma que demostra el nivell més gran d'exploració que hi haurà. De fet, a banda de la seva àvia Haku (que tindrà bastant protagonisme), coneixerem **més de 20 personatges**.

Summer in Mara, de la mateixa manera que Tower Princess, ha començat la seva **campanya de Kickstarter**. A banda de la còpia digital del joc, podreu aconseguir recompenses com la banda sonora, un llibre d'art, un diorama de les illes o un peluix de Napopo, la mascota que ens acompanya. Fins i tot un ukulele amb decoració tropical. Quines ganes d'agafar el vaixell!



# EL POST-MORTEM: STAY EN QUINN FA BALANÇ

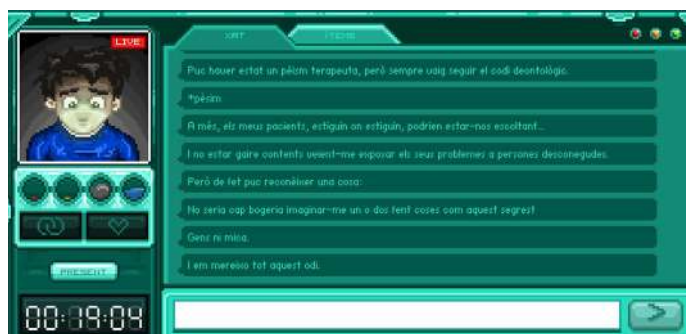


IÑAKI DÍAZ - APPNORMALS

@designatius @appnormals

**S**TAY és un joc de tipus narratiu conversacional protagonitzat per en Quinn, un home segrestat que recupera la consciència atrapat en una habitació angoixant i desconeguda. En aquest obscur indret només trobarà un **ordinador** connectat a un xat que li permetrà comunicar-se amb l'usuari.

No podrem, per tant, controlar directament el personatge com en la majoria de videojocs: en aquest cas, jugarem com a nosaltres mateixos, escollint les paraules adequades en aquest **diàleg** i donant suport emocional a en Quinn, ajudant-lo a escapar d'aquesta maleïda trampa (sovint mortal).



Viurem una experiència immersiva de 24 capítols amb xarxes de conversa, diferents camins i una mitja de 6 a 8 hores de joc plenes de sorpreses i gir inesperats per arribar a un dels set finals alternatius. Sense oblidar un “petit” detall: tot succeeix en **temps real**, per tant, cada segon que estiguem allunyats del joc serà un minut que en Quinn estarà abandonat i en serà conscient. La nostra absència, per tant, esdevindrà tan rellevant com la nostra presència.

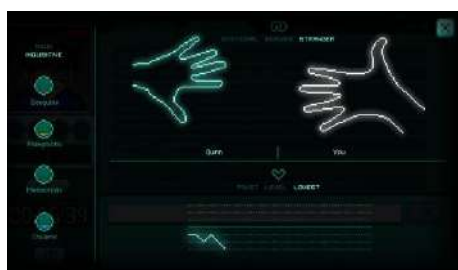
Feia temps que donàvem voltes al concepte d'una versió diferent del clàssic **Tamagotchi**, però va ser una experiència personal el desencadenant per donar sentit a tot plegat i que la guionista de l'equip pogués enllaçar aquesta premissa visual (una persona segrestada i connectada amb l'usuari a través d'un ordinador) amb una narrativa molt més profunda, explicant una sèrie d'emocions molt rellevants per mi.

STAY ha estat publicat a Steam i consoles (Xbox One, Nintendo Switch, Playstation 4 i PSVita) al llarg del 2018 (publisher PQube games) i en les pròximes setmanes veurà la llum per dispositius mòbils tant iOS com Android (publisher Playdius). El joc està localitzat a 12 idiomes, inclòs el **català**.

El projecte es va presentar el 2015 a la segona edició de Game BCN. Després de 6 mesos formant part d'aquesta incubadora per start-ups de videojocs, vam tenir la fortuna de ser un dels projectes seleccionats per la següent fase, la d'acceleració. Durant aquest procés el projecte va tenir importants modificacions i pràcticament va **començar des de zero**, canviant el seu 'scope' i sent molt més ambiciós que

la idea que es va presentar originalment a Game BCN. El desenvolupament principal, sense tenir en compte els ports a consoles, va ser un procés d'aproximadament un any i mig, gairebé **dos anys**. Vam començar a portar-lo a fires internacionals, tant per cercar publishers com per començar a promociónar-lo entre la comunitat: Gamescom, PAX, Tokyo Game Show o Game Connection, entre moltes altres.

Durant tot el procés de desenvolupament i posterior publicació a les diferents plataformes vam rebre diferents nominacions a **premis** internacionals, sent guanyadors en tres ocasions: Millor Idea Original (Gamelab, 2018), Premi Tendències (El Mundo, 2018), i Millor Narrativa (Taipei Game Show, 2019).



### EL QUE HA ANAT BÉ

Apostar per un joc diferent i arriscat, com a indies, ens ha ajudat a destacar.

La crítica de la premsa ha estat, un general, molt bona (el nostre highlight personal va ser l'inesperadíssim 9/10 al Washington Post!).

Hem contingut el cost de desenvolupament, el projecte ha estat rendible i hem recuperat el mínim garantit que ens va avançar el publisher.

El concepte de temps real i l'atmosfera general del joc, més orientat a experiència immersiva que a joc tradicional, ha sigut un encert.

### EL QUE PODRIA HAVER ANAT MILLOR

El feedback dels usuaris ha estat una mica polaritzat, tot i que era previsible tenint en compte el risc que comportava la idea

Ens ha faltat més "Quality Assurance" (sobretot a la segona meitat del joc, que vam provar molt menys)

La combinació de trencaclosques i novela visual ha estat un balanç difícil per ser dos gèneres molt marcats

Haver explicat una mica més els finals, que van quedar massa oberts

### PLANS DE FUTUR

Després de l'èxit de l'edició limitada per PSVita, que es va esgotar en període de prevenda, estem treballant per intentar fer una edició física de col·leccionista per Nintendo Switch i Playstation 4. En relació a propers projectes, ja hem començat a treballar en un nou títol. De moment, només us podem avançar que no serà una seqüela de STAY, sinó una proposta totalment nova i diferent.



# AIXÍ QUE VOLS SER DESENVOLUPADOR/A DE VIDEOJOCs...



VÍCTOR PEDREÑO - GRIMORIO OF GAMES

@HiboshiV @GrimorioG



Què has d'estudiar? És una carrera de futur? Hi ha feina d'això? Amb aquest article intentaré donar resposta com a desenvolupador i també com a professor d'un cicle formatiu orientat a videojocs.

Per sort (o per desgràcia) el desenvolupament de videojocs és un món en el qual val molt més el que has fet que el que se suposa que saps fer, és a dir, tenir un títol. La forma més "senzilla" d'entrar a una empresa és tenir un bon **portfoli**.

Aleshores és ben fàcil entrar a, possem, Naughty Dog o Ubisoft, oi? Només cal fer un fotimer de videojocs, portar un portfoli ben gruixut sota el braç i "voilà". Òbviament, no. No val tenir 200 jocs cutre-saltixteros i, encara que fos

així, acabar un joc (per molt simple que sigui) no és una tasca fàcil. D'aquí les cometes a "senzilla", al paràgraf anterior. És possible fer un joc sense tenir **estudis**, així com filmar una pel·lícula sense saber res de teoria del cinema o compondre una cançó sense estudiar solfeig.

Fins i tot és possible fer un gran joc, una bona pel·lícula o una cançó que sigui un hit sense haver estudiat res. Però no és comú ni està a l'abast de tothom. La majoria de mortals hem d'estudiar per interioritzar la **teoria** i ser capaços d'utilitzar-la per fer aquestes obres.

Els graus sobre videojocs són quelcom relativament nou. I ara en trobem de tots els sabors: cicles formatius, graus universitaris, màsters, cursos...

Tota aquesta oferta formativa no existia fa 15 anys. **Miyamoto** no va estudiar "Disseny de videojocs" a la Universitat, sinó Disseny Industrial. La majoria de game designers ho són després de molts anys de provar què funciona i què no. No hi havia un llibre de text sobre "com dissenyar videojocs". Ara n'hi ha centenars.

Així, cal estudiar? Tota la informació està disponible lliurement, sigui a Internet o en llibres publicats, però bé que podem llegir llibres de física quàntica i adonar-nos que no entenem res. Sempre és millor tenir un **ensenyament estructurat** des de la base, si pot ser impartit per gent que treballa en el sector i que sap les necessitats que hi ha a escala professional.



Què és millor, doncs? Cicle formatiu, curs especialitzat o potser grau universitari? Aquí tinc una mica de biaix, ja que, com deia abans, sóc professor d'un cicle formatiu, però intentaré ser el més objectiu possible.

### CICLES FORMATIUS

Els cicles formatius que s'ofereixen actualment són cicles que ja existeixen **re-enfocats** al món dels videojocs. Per una banda, tenim el DAM-ViOD, que no és més que un cicle DAM (Desenvolupament d'aplicacions multimèdia) amb les seves assignatures aplicades a videojocs. Per exemple, a programació es fan videojocs en comptes de problemes genèrics) i bastants mòduls d'especialització com Game Design. Això és el que dóna el sufix **ViOD** (Videojocs i Oci Digital), fent una mena de 2x1: tens un títol vàlid igual de vàlid que l'original, però et donen el temari amb "un poco de azúcar", i amb assignatures extra.

### CICLES D'ART 3D

El mateix passa amb els **cicles d'Art 3D** per a videojocs, que solen ser els d'animació 3D per a cinema adaptats i/o ampliat a videojocs. Els cursos especialitzats, quant a temari solen ser similars, tot i que potser aprofundeixen una mica més donat que no han de seguir un pla de Formació Professional. La diferència és precisament el títol obtingut, que és propi de l'escola.

### GRAUS UNIVERSITARIS

Un cas semblant és el dels **graus universitaris** de disseny de videojocs. Aquests títols no són homologats (encara), així que és complicat que els reconguin a l'estranger. Això no passa si s'opta per estudiar una Enginyeria Informàtica i després es fa un Màster en Creació de Videojocs com a especialització. Aquesta última opció, per cert, seria la meva recomanació si esteu interessats en el desenvolupament de videojocs a nivell tècnic i profund; **mai sobren bons enginyers**.

Però no només de programadors viuen els videojocs. També calen artistes (2D i 3D), músics, màrqueting, gestió d'empreses... Perfils molt útils, però que no em consta que hi hagi especialització per a videojocs. Sobre si hi ha futur i feina treballant en videojocs... depèn. Ara mateix hi ha una mena de **bombolla formativa**, i estan sortint molts graduats que no poden ser "absorbents" pel teixit empresarial, ja que encara està acabant de formar-se.

A aquest país no tenim una indústria del videojoc com a tal, sinó majoritàriament **petites empreses** que van tirant. Sí, tenim un parell de grans empreses instal·lades a Barcelona i proximitats, com Ubisoft, King o Social Point, però tampoc poden (ni necessiten) donar treball

a tothom. Per tant, tenim un munt de gent que ha estudiat desenvolupar videojocs i difícilment podrà entrar al món laboral només aplicant per una oferta de feina. És aquí on entra el portafoli de cadascú.

Actualment, amb només una titulació no faràs molt, però ja et pot ajudar a superar la primera barrera d'entrada. La diferència la fan els que es mouen. Per això, trobo més interessant estudiar quelcom que et permeti tenir un **"pla B"**, si no te'n surts. Una titulació que no sigui únicament i exclusivament per al desenvolupament de videojocs, ja que és jugar-s'ho tot a una carta. I per descomptat, cal treballar molt. Només s'aprèn a fer jocs fent jocs. Per sort, és una forma molt divertida d'aprendre.



# VICIAR EN COMPANYIA!



OLDSCHOOLGAMES.CAT

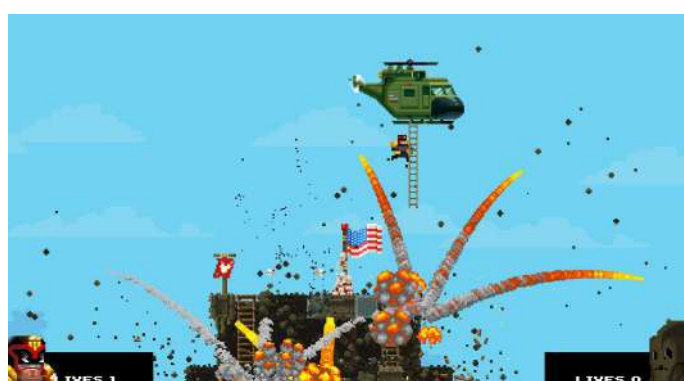
@OldschoolgamesC

Què és això de jugar amb amics però cadascú a casa seva? On estan els copets de colze, girar el comandament perquè no vegi què faràs, les rabietes, prémer els botons del comandament de l'altre en un moment d'alta tensió... I com que tot això no es pot perdre, us portem quatre jocs brutals per jugar en colleta!



## SUPER BLOOD HOCKEY

No hi ha res millor per odiar a l'altre jugador que un joc esportiu o de lluita. Però que passa si ho combinem? Doncs que neix Super Blood Hockey, un joc ple de **sang pixelada** on el més divertit no és guanyar, sinó fer rabiar al del costat! Publicat el 2017, és un joc d'hoquei sobre gel molt bàsic quant a contingut, però molt generós en diversió. Amb una estètica pixel molt treballada, ens ofereix uns partits d'hoquei la mar d'esbojarrats, ja que els cops, les lluites, la sang i els **atacs epilèptics** seran la salsa dels partits. Us recomanem que pugeu el nivell de sang al màxim!



## BROFORCE

Segur que us partireu la caixa amb Broforce, publicat el 2015. La seva agressivitat, el seu humor negre i la seva varietat faran que no vulgueu que s'acabi mai la partida. El joc és un run and gun en scroll lateral que ens posarà a la pell d'un munt dels personatges més emblemàtics de les **pel·lícules d'acció dels anys 80 i 90**, cadascun amb les seves característiques úniques, molt ben caracteritzats i representats. Cada personatge té les seves peculiaritats, la varietat d'enemics i d'escenaris és brutal i l'atmosfera que té aquest joc fa que sigui molt divertit!

## BATTLETOADS IN BATTLEMANIACS

En aquest beat'em up de Super Nintendo sabreu el que és la **desesperació**. Descobrireu que realment es tracta d'un joc que odia a la raça humana i us angoixarà fins al punt de fer un pacte amb el diable per aconseguir passar-vos-el. L'odiareu amb totes les vostres forces per ser condemnatament difícil, però l'estètica, la música i els **amfibis híper musculats** farà que valgui la pena intentar-ho una vegada més.



## NBA JAM

Agafem els jugadors més mítics de l'NBA de principis del 90, els fotem en uns partits de dos contra dos, amb molt **poques regles** i amb una alta dosi d'espectacularitat i tenim com a resultat un joc divertit, descarat i addictiu. Tot i no oferir cap mena de varietat a l'hora de jugar-hi (no hi ha lligues, no hi ha tornejos... i tampoc ho necessita), ens proporcionarà hores i hores de diversió. Tot val per fer cistella!



## VOLEM TWITCH EN CATALÀ! #CATALANLOVETWITCH



Actualment, Twitch és la plataforma de referència de la creació de contingut en streaming, sobretot en detriment de les noves polítiques de Youtube. Hem pogut veure com la plataforma ha anat agafant força els últims anys i ja acumula milions d'usuaris. Tot i això, en Roger Baldomà, un veterà dels videojocs i un dels pioners de la difusió d'aquest món en català sota el portal de Vadejocs, va trobar un **inconvenient** per als/les creadors/es de contingut en llengua catalana.

Segur que hauràs tingut dificultats per trobar retransmissions de parla catalana. No és problema teu, sinó que Twitch no reconeix el **català** com a idioma i, per tant, no es poden filtrar les retransmissions. Doncs bé, el 13 de desembre es va iniciar la campanya #CatalanLoveTwitch, una **recollida de firmes** per demanar que Twitch reconegui la nostra llengua i incorpori el català com un idioma més per a classificar el contingut.

No es tracta únicament d'una qüestió d'estètica o de gustos personals. Aquesta

opció permetria facilitar la feina a streamers que creen contingut en català per a arribar a més gent i a la vegada els/les usuaris/es trobaríem més fàcilment el contingut. Actualment s'ha de recórrer a **petits trucs** casolans per forçar la màquina com, per exemple, incloure els termes "CAT" o "Català" a la cerca o accedir als llistats d'streamers que s'agrupen sota les diferents comunitats del país com Gaming.cat o Nintenhype. Hi ha molts més creadors/es de vídeos en català dels que et penses, però el seu contingut és gairebé **invisible**. A l'hora de classificar-lo per l'idioma, si és en català, s'ha d'etiquetar com a "altres", una variable de cerca extremadament àmplia.

En Roger Baldomà, impulsor de la proposta, remarca que no pretén que es tradueixi tot el portal en català. Únicament demana a través de l'apartat de suggeriments que s'inclogui en català com a idioma per a **etiquetar** el contingut. La campanya ja acumula gairebé 3.000 vots i és la quarta petició més votada. La teva firma pot ser determinant!



# UN COMENÇAMENT D'ANY INSUPERABLE



**XE QUIN PASME**

@XeQuinPasmé

**A**Xe Quin Pasmé! no podríem estar més contents. El 2019 arriba amb força i donant-ho tot. Si el 25 de gener ens arribava el remake de Resident Evil 2 a les grans plataformes, durant les últimes setmanes s'han revelat les dates de sortida d'altres títols de terror. Per si no fos prou, també n'hem descobert altres de nous.

## RESIDENT EVIL 2

No podríem deixar de banda el remake de Resident Evil 2. Té tot el que tenia l'original i més: un aparat tècnic brutalíssim i **situacions molt tenses**. Els zombis són ara molt més forts (al mode hardcore és exagerat) i ens podran agafar més d'un a la vegada. I mare de Déu, quant gore! Els **caps esclafats** són repugnantment realistes. L'obscuritat i l'ús de llanterna, ja present als anteriors Resident Evil Revelations i la setena entrega, tornen a tenir protagonisme!



## A L I E N B L A C K O U T

S'ha fet d'esperar, però per fi podem jugar a un nou títol de la saga **Alien**. Tothom pensava que es presentaria durant els Game Awards del 2018, però no va ser fins al 7 de gener que FoxNext Games (sembla una nova companyia de videojocs filial de la Fox), va néixer juntament amb Alien: Blackout. Desenvolupat de D3 Games i propietat de Bandai Namco, es tracta d'un survival horror! La trama és una mena de continuació o **spin-off** de l'excel·lent Alien: Isolation.

Tornarem a controlar a la filla de la tinent Ripley, Amanda Ripley. La tensió estarà garantida. A banda de salvar-nos nosaltres, ara també haurem d'escapar d'una nau infestada d'aliens **guiant** a més supervivents. Ja disponible tant per IOS com Android.







El famós shooter **Doom** que ha esgarriat a dif rents generacions de jugadors i jugadores durant aquestes dècades, tindrà nova entrega. El més normal és que estiguen pensant en un nou capítol per a Doom d'última generació, però us equivoqueu.

John Romero, un dels pares dels primers Doom i fundador de l'estudi ID Software, traurà un nou capítol "oficial" del primer Doom. Sí, el que va sortir a 1993! Tindrà el mateix apartat tècnic d'aquella època, ja que usarà el mateix motor del joc. Sigil es compondrà de **noves pantalles** en solitari i nou pantalles més de deathmatch. Serà totalment gratuït i en principi es llançarà abans que acabi febrer. Això sí, necessitarem una còpia original del joc per gaudir-lo.



Al nostre blog vam descobrir fa poc un curiós survival horror que pot prometre. Dawn Of Fear és un videojoc de terror i supervivència que va tenir una campanya de finançament a **Kickstarter** que no va arribar als seus objectius. Possiblement va passar massa desapercebut, sobretot pel seu caràcter indie i l'allau de títols independents que estem vivint els últims temps que es troben en les mateixes circumstàncies.

No seria fins a la fira **DDXperiencie**, organitzada pel Districte Digital de la Comunitat Valenciana que es va celebrar el desembre de 2018 a Elx (Baix Vinalopó), quan se'l va tornar a veure «amb vida». Es va oferir als assistents una demo jugable, de la qual es van recollir unes sensacions més que positives, recordant als primers Resident Evil i a Silent Hill.

Fa ús de càmeres fixes i té un rerefons argumental molt inclinat cap al **terror psicològic**. Segons els seus creadors, continuen buscant suport per tornar a posar en marxa el projecte. Juntament amb Fear The Dark Unknown, podríem dir que ens trobem amb el segon survival horror fet a terres valencianes. A veure si aconsegueixen tirar-lo endavant!



# THE PROMISED NEVERLAND

## EL NOU ÈXIT DE LA SHONEN JUMP



TADAIMA.CAT  
@tadaima\_cat

El 2019 ha vingut acompanyat d'un munt d'estrenes de la temporada d'anime d'hivern que recomanem molt seriosament seguir. I és que aquesta temporada no us pot deixar indiferents! A més d'un munt d'animes d'acció, de lluita i "Slices of Life" fins avorrit, ens deixa dues grans icones. Per una banda, Dororo (del venerable Osamu Tezuka). I d'altra banda, un dels nous èxits de la Shonen Jump, Yakusoku no Neverland.



Yakusoku no Neverland ens porta a **l'orfenat** Grace Field House i, més concretament, a tres dels seus habitants, l'Emma, el Ray i el Norman. Encara que no tinguin pares, hi viuen contents amb la "Mamà" i els altres germans petits, creant una gran **família** als quals no els falta de res. L'Emma, la nostra protagonista, ni tan sols vol ser adoptada, perquè allà és molt feliç amb la vida que duu actualment. L'Emma, el Ray i el Norman tenen 11 anys, així que segurament ben

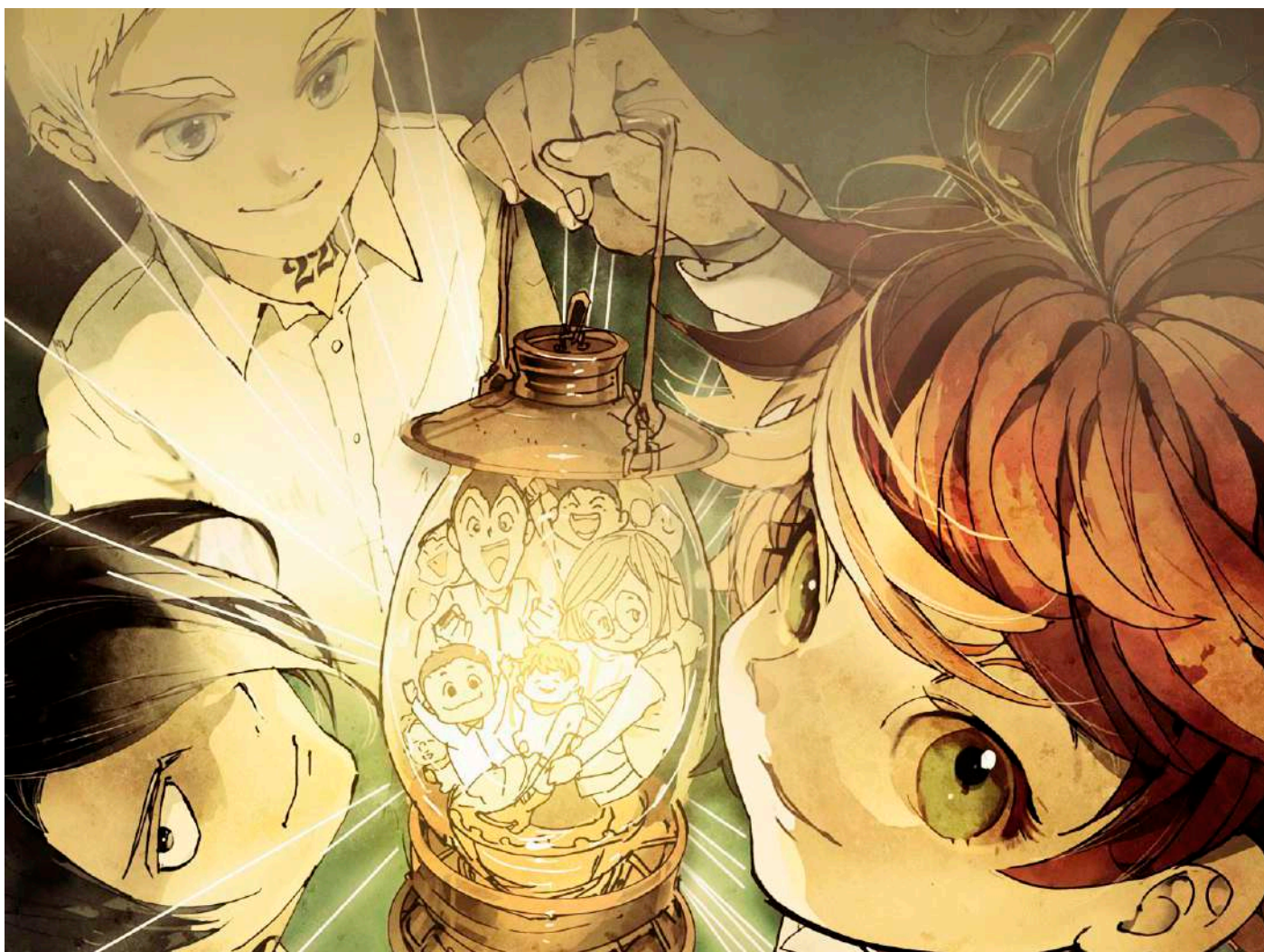
aviat seran **adoptats**. A l'orfenat han de seguir una vida d'estudiant i sotmetre's a rigorosos exàmens, però afortunadament poden jugar als terrenys de l'orfenat sense problema, però els han advertit que no vagin lluny, allà on hi ha les reixes, perquè són perilloses.

Malgrat tot, un vespre l'Emma i el Norman arriben fins a la porta de l'orfenat i descobreixen la **cruenta realitat**. Hauran de fer front a la realitat i canviar el seu destí prede-

terminat. Tot i que de personatges n'hi ha molts, els tres principals són l'Emma (una noia afable, alegre, amb molta energia i molt atlètica, en Norman (que és molt intel·ligent i bon noi) i, finalment el Ray (que acumula molts coneixements).

Haureu de mirar, com a mínim, el primer capítol per entendre fins a quin punt aquest anime us pot deixar amb la **intriga** i les ganes de saber més i més. Si el mireu, la resta segur que també cauran.





Quan ja hàgiu devorat tots els capítols en una voràgine d'impaciència i emoció, us agradarà saber que el **manga** va ser llicenciat per l'editorial Norma sota el títol en anglès, *The Promised Neverland*. Actualment, hi ha cinc volums ja disponibles que us donaran unes entretingudes sessions de lectura.

El manga, escrit per Kaiu Shirai i dibuixat per Posuka Demizu, va començar la seva publicació a la *Shonen Jump* el 2016, famosa revista per haver encabit obres com **Dragon Ball**, **One Piece**, **Naruto** o **Bleach**. Al setembre van anunciar que el manga està a la fase final, així que no caldrà esperar massa per saber el desenllaç de la història.

A més d'un argument que t'endinsa cada vegada més en la història,

tot gira entorn de la incògnita i l'angoixa de no saber si aquests nens se'n sortiran i si aconseguiran fer front al seu tràgic destí. Per si fos poc, l'animació és espectacular (de la mà de Cloverworks, la nova empresa d'Aniplex que es va separar l'any passat de l'estudi A1-Pictures i ens ha dut animes d'una qualitat tan bona com **Your lie in April**, disponible a Netflix.

D'altra banda, el repartiment de personatges ens porta veus tan conegudes i de renom com Moriyoshi Sumire, Uchida Maaya o Ise Mariya, així com **Uverworld** amb un opening d'aquests que deixen empremta. Intriga, una animació espectacular, personatges disposats a donar-ho tot... Necessiteu més arguments per donar-li una oportunitat? Uniu-vos a la febre!





# DRAGON BALL SUPER: BROLY TORNA EN GOGETA!



SERGI PALACIOS CAIMONS

@Kaimasters



Una nova pel·lícula basada en la gran obra d'Akira Toriyama ha arribat en **català** amb el retorn de dos personatges més que estimats: en Broly i en Gogeta. Un film que ha sortit abans al Japó i Amèrica i va rebre comentaris extraordinaris que només agreujaven les nostres ganes d'anar a veure-la al cinema.

Poc abans de l'1 de febrer (data en què la pel·lícula s'ha estrenat als cinemes), vam conèixer la notícia que confirmava el doblatge al català; un detall que hem de destacar, ja que ens sembla un imprescindible pels que vam créixer mirant la sèrie al **Super3**.

L'argument ens situa en els fets que succeïts poc després del torneig del poder i la batalla contra en Jiren. Buscant una Bola de Drac, en Goku, Vegeta i Bulma es troben amb en Freezer i en Broly, un personatge entranyable que, per desgràcia, només sap lluitar però **no controla gaire bé el seu poder**. Aquí comença una de les grans batalles dins del món de Bola de Drac, qui sap si una de les millors fins ara.

Volem destacar la gran tasca que ha realitzat l'equip de doblatge. Un planter que ha participat en la sèrie i

moltes de les pel·lícules (així com en altres sèries com One Piece o Slam Dunk). Com no podia ser d'una altra manera, comptem amb en **Marc Zanni** (Son Goku) i en **Jordi Sanz** (príncep Vegeta), dues veus que ens van acompanyar cada migdia de la nostra infantesa enganxats a la televisió, així com en **Josep Maria Mas**, que fa una interpretació excelsa d'en Broly.

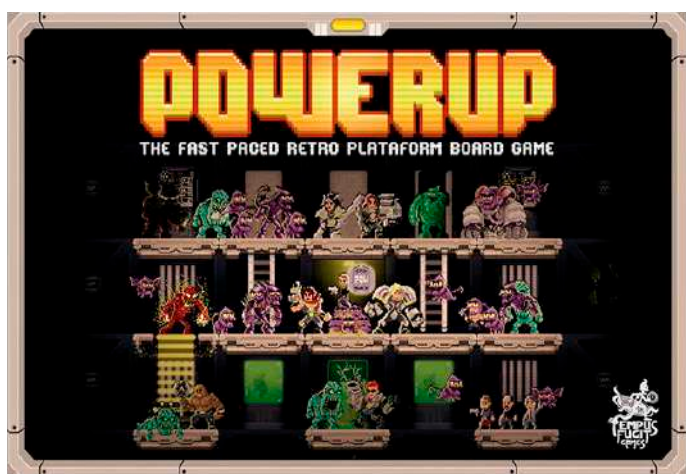
Una de les majors bases de la pel·lícula ha estat la increïble i **cuidada animació**, extraordinària pràcticament en totes les situacions, de la mateixa manera la banda sonora. I per suposat, la història d'en Broly i la batalla que ens ha tingut davant de la pantalla amb la boca oberta gairebé una hora.

Si haguéssim de destacar algun punt negatiu, potser ens hauria agradat saber més coses de la vida d'en Broly. Encara no ens podem treure del tot l'espina del misteri que envolta al personatge. Tampoc s'ha vist una **història sòlida** rere la lluita, la qual sorgeix del no-res. Per últim, tot i tenir-li molta estima, ens agradaria que en Freezer no aparegués a cada una de les pel·lícules (com a mínim si no ha de participar activament en el desenvolupament de la trama).





**AMB EL CODI: T19**  
**WWW.RSGAMES.ES**



## POWER UP: 16 BITS

Un joc de taula cooperatiu amb una aventura basada en el metavers de les consoles de 16 bits. Haureu de fer front a la invasió dels "BUGS", els quals s'estan menjant tots els jocs clàssics de la teva infantesa. No ho pots permetre!

**PVP: 40€**

**PVP AMAZON: 44,95€**



## PELUIXOS DE FINAL FANTASY

Square Enix celebra els 30 anys de la saga Final Fantasy amb una línia limitada de peluixos d'alta qualitat. Comprova a la nostra web si hi és el teu personatge preferit!



## MAGIC: THE GATHERING FINAL FANTASY TCG

Ja podeu trobar la nova expansió de Magic: The Gathering: Gremis de Ravnica amb més de 250 cartes, així com les del nou Opus de Final Fantasy TCG i els starter decks. Podràs escollir entre un munt de cartes separades, sets i baralles a la nostra pàgina web!



# ELTECNOLÒGIC

**DIRECCIÓ I DISSENY:** Roger Mitats Vallvé (@Grani133)

**CAP DE CONTINGUTS:** Sergi Palacios Caimons (@SergiPalacios)

@revistecnologic

[www.eltecnologic.cat/](http://www.eltecnologic.cat/)

## COL·LABOREN



@NintenhypeCat



@XeQuinPasme



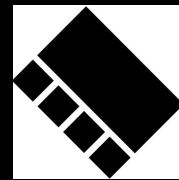
@FedCatCR



@OldschoolgamesC



@Tadaima\_cat



@GrimorioG

## SUPORT I AGRAÏMENTS

PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA



Generalitat de Catalunya  
Institut Català  
de les Empreses Culturals

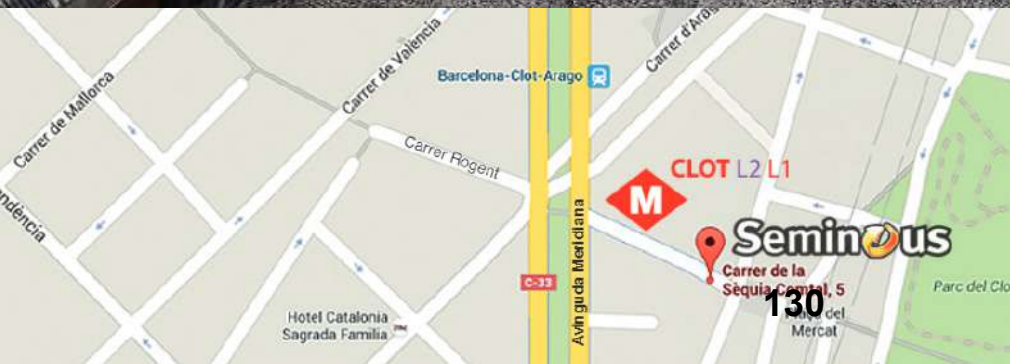


# ELTECNOLÒGIC

PER MOLTS ANYS  
+20 UBI SOFT







**seminousbarcelona**



**93 182 18 55**



**seminous@hotmail.com**



# EDITORIAL

---

## RISK: VERSIÓ COMUNITAT DEL VIDEOJOC

**E**l món del videojoc ha crescut de manera quasi sobtada durant els últims anys. Va ser a mitjans de la setena generació de màquines quan va néixer un interès dins d'un sector de gent que, no està de més dir-ho, poques vegades havia estat atreta per algun videojoc. Sagues com FIFA, Pro Evolution Soccer, Call Of Duty, Mario Kart o fins i tot Pokémon són alguns exemples i culpables d'aquest auge.

A priori, podríem pensar que estem davant d'una evolució favorable, ja que hi haurà més consumidors, es mouran més diners i les empreses podran produir-ne més i de millor qualitat. En part és així, però gran part de la comunitat és actualment un absolut desastre: sembla que li agradi més viure en una espècie de "Risk" personal on cadascú té un color i l'ha de defensar dogmàticament, com si es tractés d'un equip de futbol o bàsquet.

Aquest fervor gairebé patriòtic porta més problemes dels que pot semblar. Les empreses són les principals afectades, ja que molta gent no es fixa en les obres d'una empresa o estudi determinat per simplement anomenar-se d'aquella manera o portar el seu projecte a un sistema o consola que no tenen. On vull arribar és que, en moltes ocasions, no donem el valor a la diversitat i el munt de possibilitats que tenim a l'hora de comprar i jugar a videojocs: comptem amb un catàleg immens que no podríem completar ni que comptés-

sim amb 7 vides, preus irrisoris i obres d'una qualitat extraordinària a totes i cadascuna de les plataformes.

Aquesta actitud portada a l'extrem per algunes persones desemboca en fer saber a tothom que tens un producte superior al de la resta, sent els de les marques competidores inferiors per decret i assumint que no valen la pena. Per reafirmar les seves postures i rendibilitat de les compres, l'ús d'insults i altres mètodes grollers destinats a la infravaloració total d'una marca o producte estan permesos alhora que acceptats.

Segons aquest plantejament, podem concloure que "més no sempre és millor". En el cas de la comunitat del videojoc ha significat una batalla sense fi encapçalada per nens i nenes amb una falta evident de maduració o simplement persones sense dos dits de front. No obstant això, si ens fixem en altres branques culturals no ocorre d'una manera tan agreujada i superficial; potser els seus públics coneixen millor el sector o no hi ha un munt de nens i nenes encara inconscients i perjudicats per alguns valors de la societat i la pressió competitiva en la qual creixen.

Esperem que la situació canviï amb el pas del temps. Per aconseguir-ho, potser hem de demostrar que els videojocs són alguna cosa més que quatre trets, crits o competicions sense sentit i ressaltar una premissa que a vegades obviem tot i ser bàsica; que els videojocs neixen per entretenir i fer passar bones estones.



## LES SENTÈNCIES D'EN MONOKUMA



### JUMP FORCE I ANTHEM

Anthem ens ha deixat a mitges; l'apartat visual i sonor és espectacular, però **escasseja en contingut**. A més a més, només el podem gaudir en consoles si tenim la subscripció en línia. Amb Jump Force, tres quarts del mateix; pocs modes de joc, una història repetitiva i uns personatges que no mouen la boca quan parlen.



### AXIOM VERGE

Axiom Verge és un “metroidvania” molt interessant que tenia versions confirmades a totes les consoles de sobretaula. Per desgràcia, els usuaris de **Wii U** se'n van quedar sense per donar pas a la de Nintendo Switch. Per sort, Limited Run Games i Badland l'han rescatada. Ja podem aconseguir la Multiverse Edition per a Wii U.



### NINTENDO REMUNTA

Nintendo va anunciar un fotimer de jocs durant l'últim Direct i ens van desvelar el nou Pokémon. Destaquem la remuntada en quant a **anuncis i llançaments** que hi haurà durant la primera meitat de l'any, així com les moltes novetats que tenen a la recambra esperant sorprendre en una nova conferència.



### PLAYSTATION NOW

Playstation no acaba de polir el diamant que té entre les seves mans. L'estrena de PSNow a Espanya no ha estat a l'altura. Des del primer dia hi va haver moltes queixes sobre unes **cues d'espera** exagerades i un rendiment pobre que no permet gaudir de la majoria del catàleg. De moment, és una decepció.



### STATE OF PLAY

Quan vam veure el primer State of Play vam pensar en el mem de "Quan el compres a Aliexpress VS quan t'arriba a casa". D'acord, hi va haver anuncis força interessants per VR, però va ser una **presentació descafeïnada**. Desinflada d'expectatives, tot i que mantenim un vot de confiança per ser el "debut".



### NO MAN'S SKY

Hi ha molts errors que podem recriminar a Hello Games, però tothom mereix una segona oportunitat. No Man's Sky l'està aprofitant. Segueix arribant un munt de contingut gratuït. Després de "Next", ja està preparant una nova expansió anomenada "Beyond", la qual inclourà millores en el **mode en línia**.



### TWITCH

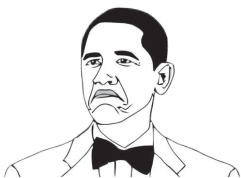
Twitch ja permet filtrar contingut i emissions en català. Els creadors i creadores poden utilitzar el sistema d'etiquetes per indicar que l'emissió és en **català** i el públic pot cercar el contingut amb molta més facilitat. Únicament hem d'entrar a la pàgina “explorar” i afegir “catalán” a la selecció de filtres.



### "OUR BODIES WEREN'T READY"

Després de 15 anys vinculat a la companyia i 13 com a cap d'operacions, **Reggie Fils-Aime**, una de les personalitats més estimades del món dels videojocs, s'ha retirat de Nintendo of America. Assegura que no és un "game over", sinó que puja de nivell per gaudir més de la seva família. Li destigem el millor.





## PRÒXIMS LLANÇAMENTS QUE FAN BONA PINTA



**Our World is Ended** ens situa enmig de l'emblemàtic districte d'Asakusa (Tokyo), on fets que succeeixen dins d'un videojoc es transfereixen a la vida real i provoquen el caos tot arreu. Serem un grup de personatges amb l'objectiu d'aturar aquest desastre. 18 d'abril.



Tornen els combats més sanguinaris. **Mortal Kombat XI** arriba amb més personalització que mai. No només els propis personatges, sinó també els seus moviments! Si sou amants del gènere de lluita o de la saga, és una entrega imperdible. 24 d'abril.



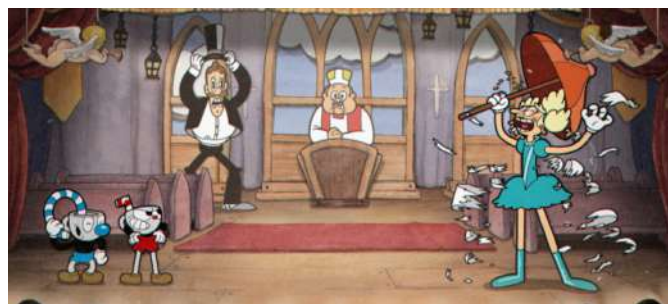
Els jocs en dos-dimensions mai passen de moda. **Katana Zero** és un títol d'estil "Neo-noir" de plataformes d'acció amb combats de mort instantània. Objectiu: no deixar supervivents. Manipula el temps per desentortolligar el teu passat. 18 d'abril.



**Days Gone** és un dels grans exclusius de PlayStation. La humanitat es veu envoltada de criatures boges que es volen menjar el nostre cervell. Haurem d'equipar-nos com cal i demostrar que no tot està perdut. Esteu preparats per sobreviure? 24 d'abril.



**Rage 2** serà un FPS esbojarrat de món obert amb combats i carreres demencials. Les lleis estan per trencar-les; l'anarquisme domina tot el territori. Podrem fer el que vulguem sense pràcticament limitacions. Sereu el flagell de l'autoritat tirànica! 14 de maig.



**Cuphead** arriba a Nintendo Switch! Què més podem dir d'aquest videojoc a aquestes alçades? Plataformes endimoniats amb un apartat visual únic. La portabilitat li escaurà com anell al dit. Tornareu a fer el pacte amb el diable? 18 d'abril.

# UBISOFT BARCELONA: 20 ANYS LIDERANT EL CREIXEMENT DE LA INDÚSTRIA CATALANA



ROGER MITATS VALLVÉ  
@rogermitats



**S**egurament heu viscut la còmica situació d'estar buscant alguna cosa desesperadament pels racons més inhòspits de casa vostra, movent cel i terra fins que us adoneu que ho teníeu davant dels vostres nassos. Amb la indústria catalana dels videojocs ocorre una mica el mateix; quan pensem en la plana major del sector (les grans companyies i superproduccions), acostumem a mirar a l'estranger sense caure en que a casa nostra també hi són. Sabíeu que videojocs com Assassin's Creed Odissey, Rainbow Six Siege o Beyond Good & Evil 2 tenen participació catalana? Ubisoft Barcelona compleix ni més ni menys que 20 anys de trajectòria ascendent sense fre que els ha portat a convertir-se en el major estudi AAA d'Espanya amb més de 130 treballadors/es.

Ubisoft va arribar a Espanya el 1994 a causa d'un gran procés d'expansió d'estructures internes i distribució, establint seus a grans ciutats europees. El 1998, Marie-Thérèse Cordon va fundar l'estudi a Barcelona després de determinar que la ciutat "reunia tots els ingredients necessaris": un alt nivell artístic, una molt bona qualitat de vida i la possibilitat d'atraure talent.

Des d'aleshores, ha participat o desenvolupat més d'una vintena de videojocs. Al començament eren produccions liderades des d'aquí centrades en el gènere del motor, com ara Pro Rally o Monster Jam, però la irrupció de la Wii va diversificar la seva activitat. Simultàniament, va donar el pas de col·laborar en el desenvolupament de les primeres superproduccions com Tom Clancy's Ghost Recon Advanced Warfighter o Assassin's Creed Syndicate, augmentant el seu impacte tant dins de la pròpia companyia com de la indústria nacional.

**"A vegades sembla que hakis d'anar a l'altre punta del món per desenvolupar videojocs, però avui dia és possible treballar en superproduccions a Barcelona"**

Així doncs, Ubisoft Barcelona ha liderat l'exponencial creixement que ha gaudit el sector dels videojocs a Catalunya durant els últims anys. Actualment dedica la major part dels seus esforços a quatre superproduccions importantíssimes per la companyia.





Ubisoft Barcelona compta amb més de 130 persones que aglutinen més de 15 nacionalitats, donant lloc a equips d'una gran riquesa i diversitat a l'hora de col·laborar que s'acaba reflectint també dins dels seus videojocs.

Ubisoft es caracteritza pel codesenvolupament. Encara que en tot videojoc hi hagi un estudi líder en el seu desenvolupament, es crea amb la participació de diversos estudis a la vegada, repartint funcions i responsabilitats. Ubisoft Barcelona no n'és una excepció. Actualment està involucrat en alguns dels projectes més importants de la companyia. En primer lloc, hi ha un equip involucrat en el desenvolupament de l'esperadíssim *Beyond Good & Evil 2*. S'encarrega de pràcticament tot l'apartat de disseny i personalització de personatges.



Un altre manté amb vida *Rainbow Six Siege*, un videojoc que ja ha reunit a més de 44 milions de jugadors/es. Gestiona l'àmbit multijugador i competitiu del títol, el balanceig i la inclusió de personatges. Un bon exemple és la creació de la modalitat "Pick and Ban", un sistema que permet prohibir o escollir diferents agents. Actualment hi ha 46 agents i la previsió és arribar als 100, així que encara hi ha feina!

Per si no fos prou, Ubisoft Barcelona també ha participat en probablement la saga més coneguda i important de la companyia: *Assassin's Creed*. Un equip es va encarregar de donar vida als personatges d'*Assassin's Creed Odisseny* amb l'animació de les cinemàtiques, un apartat del títol que va destacar bastant als anàlisis i ressenyes. I això no és tot; Ubisoft Barcelona ha liderat el desenvolupament de la remasterització d'*Assassin's Creed III*, el qual va sortir al mercat el 29 de març.





# ASSASSIN'S CREED II REMASTERED: ENCENENT LES FLAMES DE LA REVOLUCIÓ EN ALTA DEFINICIÓ

Ubisoft Barcelona ha sigut “lead studio” d’Assassin’s Creed III Remastered, encarregant-se de la major part del desenvolupament del títol i coordinant els altres 9 estudis involucrats de la companyia.

**D**esprés de 7 anys del llançament original, Assassin’s Creed III Remastered ens torna a donar l’oportunitat de submergir-nos en la Revolució Americana. Aquesta vegada, però, ens permet reviure l’experiència, no només amb un motor gràfic renovat, sinó també amb novetats i millores en diversos aspectes del contingut i la jugabilitat.

Cal destacar les evidents millores visuals, com la il·luminació o la precisió cromàtica. Hi ha un salt de qualitat important en les textures de tots els “assets”, com ara la vegetació i els materials de les construccions. L’ambientació també guanya nitidesa en bastants situacions, on desapareix la boira que amagava les davallades brusques de nivell de detall. Tot això disponible en HDR i 4K a PS4 Pro i Xbox One X.



Potser no ho notareu tant si fa temps que no jugueu l’original, però l’experiència de navegació serà molt més agradable.



Més enllà de limitar-se a una adaptació gràfica i de jugabilitat, també s’ha apostat per augmentar o polir el mateix contingut del títol. S’ha revisat el balanceig de les armes i s’han afegit nous vestits per augmentar la personalització del personatge (podrem vestir-nos com Alexios, el coprotagonista d’Odissey, per exemple). A més a més, s’han millorat els sistemes de creació d’objectes i comerç; han passat de ser aspectes més aviat anecdòtics a integrar-se en tot el transcurs del joc. Tenint en compte el preu reduït de sortida, Assassin’s Creed III Remastered és una bona oportunitat per reviure el títol original; no t’emportaràs grans sorpreses, però et deixarà un molt bon sabor de boca.

Per altra banda, s’han redissenyat diverses missions per fer-les més ergonòmiques de cara al jugador/a. S’han revisat les fixacions d’objectius i les indicacions del mini mapa per acabar d’arrodonir l’experiència global de joc. Amb el mateix objectiu s’ha reorganitzat el sistema de controls i s’ha eliminat l’obsolet sistema d’apuntada de sectors prefixats; ara podem apuntar amb llibertat. Pel que fa a les mecàniques de joc, també s’han adaptat als estàndards actuals. S’han afegit tècniques de sigil com ara amagar-se entre arbusts, distreure amb xiulets o doble assassinat de baix perfil. També podrem atraure els enemics per atacar-los sense cridar l’atenció i atacar en silenci per darrere fins a 2 guàrdies.



# GOOGLE STADIA FA TREMOLAR ELS FONAMENTS DEL MÓN DELS VIDEOJOCs, PERÒ...



Quan sembla que tot està inventat, arriba alguna empresa amb ganes de trencar l'escena. Aquest ha estat el cas de Google, que vol ser pionera dins de l'univers dels serveis en streaming dins del sector dels videojocs i que ha presentat el seu nou projecte: Google Stadia.

Google vol crear un espai on totes les jugadores i jugadors puguin jugar on i com vulguin a qualsevol tipus de videojoc: ja sigui estirats al llit amb el nostre mòbil, a la televisió del menjador, al nostre ordinador o fins i tot al lavabo amb qualsevol altre dispositiu. No hi ha dubte que el model de negoci de Google Stadia serà una part fonamental de la indústria d'aquí no gaire temps, com el que va ser les funcions en línia o les descàrregues digitals.

Google pensa crear una plataforma molt probablement gestionada a través de subscripció en la qual el jugador o jugadora pugui decidir a què vol jugar i a quina plataforma. D'aquesta manera, amb poc més que un sol "click" serem capaços de gaudir de qualsevol videojoc a qualsevol dispositiu, deixant enrere les limitacions de hardware.

Tot i ser un projecte que podria no tenir rival si es compleix el que promet Google, encara hi ha moltes preguntes que ens fan ballar el cap. La més evident és el preu. Tindrà un model com el de Netflix? Pagarem per hores d'ús? Potser per quantitat de títols que juguem? Caldrà

veure la relació entre el preu i l'ús que pugui i vulgui fer-ne cada persona.

També hem de tenir en compte que la nostra internet haurà de ser ferma. Veient com funcionen els servidors de la majoria dels serveis de la competència, cal veure l'experiència que oferirà en diversos contextos de connexió. Podrem jugar fora de casa amb el 4G del nostre telèfon? Si de veritat es volen trencar barreres i revolucionar el sector, Stadia haurà d'adaptar-se a la realitat del públic majoritari.

S'ha parlat també de mode HDR, resolució 4K o 60 imatges per segon, conceptes que ja coneixem des de fa temps però que a l'hora de la veritat no arriben a la majoria del públic. Doneu una ullada al vostre voltant; quants dels vostres dispositius podran aprofitar totes les llaminadures amb les quals ens atrau Google? Ni parlem, doncs, dels **8K i 120 imatges per segon** que han assegurat a mitjà termini.

També ens haurem de fixar en el catàleg. Sense dubte, Google ho donarà tot per tenir les millors desenvolupadores i títols actuals al seu abast, però comptarem amb tot el que ens agrada? Costa de creure.

No us volem aixafar la guitarra. El que hem vist ens ha agradat molt. De fet, és una proposta meravellosa per fer més accessible jugar a videojocs, ja que només suposa facilitats. No obstant això, de moment, hem de tocar de peus a terra i conèixer més informació pràctica.



# "GameBCN és una oportunitat **única** per estudis que no sàpiguen per on **començar**"

Visitem les instal·lacions de GameBCN al Canòdrom de Barcelona i entrevistem Oscar Sahun per conèixer com funciona el programa d'incubació



**ROGER MITATS VALLVÉ**  
@rogermitats

Oscar Sahun, enginyer industrial de professió, ho va deixar tot per dedicar-se a la seva passió: els videojocs. Va començar a treballar com a game designer, va crear un prototip i es va presentar a la primera edició de GameBCN. Al cap de 8 mesos, va sortir amb una empresa formada, un projecte finalitzat i un publisher. Després de 3 anys d'activitat, va haver de tancar, però el van trucar per coordinar el mateix programa d'incubació que tant el va ajudar. GameBCN incuba petits estudis i els ofereix la formació i la tutoria necessàries per professionalitzar la producció d'un videojoc, fer un llançament amb èxit al mercat i adquirir una mentalitat empresarial. Actualment, ja ha iniciat la quarta edició, que es duu a terme anualment.

## Quin és l'origen de GameBCN i com arriba al Canòdrom?

GameBCN neix gràcies a Simón Lee, Pere Torrents (antic coordinador del programa) i l'institut Català d'Empreses Culturals (ICEC). S'adonen que hi ha una indústria del videojoc amb molt potencial i una manca per ajudar a les empreses petites a créixer i professionalitzar-se, que és precisament el que cal per enfortir tot el teixit i desenvolupar aquest potencial.

Els dos primers anys es duu a terme al MediaTIC de Barcelona Activa, però es reformula el programa amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona, el mateix ICEC i Península, dedicada a la incubació i assessoria d'empreses. Aleshores, es guanya el concurs del dret d'exploració de l'Edifici del Canòdrom.

## Quins criteris hi ha a l'hora de seleccionar els equips o projectes?

Busquem equips que estiguin motivats, que tinguin intenció de dedicar-se al projecte a temps complet i amb ganes de tirar el seu projecte endavant. Independentment de l'estat o fase en la qual es trobi una idea, seleccionem projectes que, per algun motiu o un altre (gràficament, per alguna mecànica original, etc.), siguin especials i tinguin un potencial de mercat identificat.

**"És temptador voler afegir personatges o nivells nous, però és un **procés** que acostuma a acabar amb la **mort de l'equip**"**

## En què consisteix concretament el programa d'incubació?

L'objectiu final de GameBCN és professionalitzar els equips. El que identifiquem amb els equips petits o nous és que tenen una manca en aspectes de producció. És molt fàcil voler afegir nous personatges o nivells, però és un procés que acostuma a acabar amb la mort de l'equip, perquè no hi ha recursos per sostenir-ho. Per altra banda, els falta visibilitat i mentalitat de negoci per tirar-lo endavant, perquè això no deixa de ser un negoci.

Els equips s'instal·len al Canòdrom i, durant 6 mesos, impartim formacions en metodologies àgils de producció perquè puguin ser eficients i es marquin uns objectius capaços d'assolir al final del programa. Després ens concentrem en màrqueting



i model de negoci, perquè sàpiguen com vendre el producte, com gestionar un estudi, quines despeses tindran, etc. Totes les formacions que fem les imparteixen professionals i experts de la indústria. L'any passat vam col·laborar amb King i Ubisoft. Aquest any també comptarem amb Social Point i Gameloft.

A més a més també realitzem tutories. Una vegada al mes, algú amb molta experiència i coneixement, aporta el seu feedback sobre el projecte i l'equip per detectar i aconsellar millores. A més a més, fem un seguiment dia a dia de producció i oferim formacions personalitzades. Segons el que necessiti un equip, busquem experts perquè els assessorin.

**"La majoria d'estudis que passen per GameBCN acaben el programa amb contractes o en negociacions amb un publisher"**

**Què es fa una vegada estan a punt els projectes?**

Actualment, quan finalitza el programa d'incubació i els projectes ja estan encaminats, organitzem un "Demo Day" on els equips mostren un prototip funcional i fan un "pitch" davant de la nostra xarxa d'inversors i publishers amb l'objectiu de fomentar relacions contractuals.

A més a més, l'ICEC té una línia de préstecs participatius per a empreses culturals i, gràcies a l'etapa dins de GameBCN, els equips tenen més possibilitats de concessió. La majoria d'estudis que passen per GameBCN acaben el programa amb finançament de l'ICEC i possiblement amb contractes o negociacions iniciades amb un publisher.



**"Tot el que es proporciona no té preu: l'experiència, la formació, l'ambient de treball, les sinergies amb altres equips, els contactes amb professionals de la indústria..."**

**Quines són les claus de l'èxit de GameBCN i com el valoreu?**

L'èxit de GameBCN recau en que la majoria dels equips que han estat incubats tenen èxit. A diferència d'altres programes, no té cap cost per als equips. A més a més, oferim la possibilitat que es quedin al Canòdrom després del seu pas pel programa amb descomptes en les quotes.

Sempre estem oberts a les necessitats que puguin tenir. Per exemple, Lince Works, de la primera edició, necessitava publisher per sortir a Àsia i els vam ajudar amb la nostra xarxa de contactes.

Crec que GameBCN és una oportunitat única per equips que s'hi vulguin dedicar professionalment i no sàpiguen per on començar. Tot el que es proporciona aquí no té preu: l'experiència, la companyia, l'ambient de treball, les sinergies amb altres equips, els contactes que treus de totes les visites, etc.

**Què ha de fer un equip per optar a participar en el programa?**

El programa acostuma a començar entre finals de gener i febrer, tot i que obrim la convocatòria el novembre. Recomanem seguir el nostre Twitter, ja que publiquem diverses convocatòries i informacions d'interès, com ara concursos i notícies relacionades amb el sector. Quan s'obre el període d'inscripció, simplement cal omplir un formulari de 10 preguntes bàsiques: descripció de l'equip, de la idea, model de negoci, definició de públic objectiu, competència...

**Per acabar: quin consell donaries a les noves generacions que just s'inicien en el sector?**

Utilitzaré una expressió típica catalana: Seny i raixa. La raixa, perquè no perdin la seva passió per fer allò que realment els hi agrada. El seny, perquè en el fons és un negoci i estem aquí per guanyar diners i poder seguir fent videojocs. El meu consell és que no facin el joc que vulguin. Que analitzin què hi ha al mercat, què funciona i el que estigui demanant l'audiència. Si fan el joc que a ells els agrada sense tenir això en compte, tenen menys possibilitats d'èxit.

# EL POST MORTEM: INFERNIUM

## LA RADICALITAT D'UN INFERN BONIC



**CARLOS CORONADO**

@CarlosGameDev



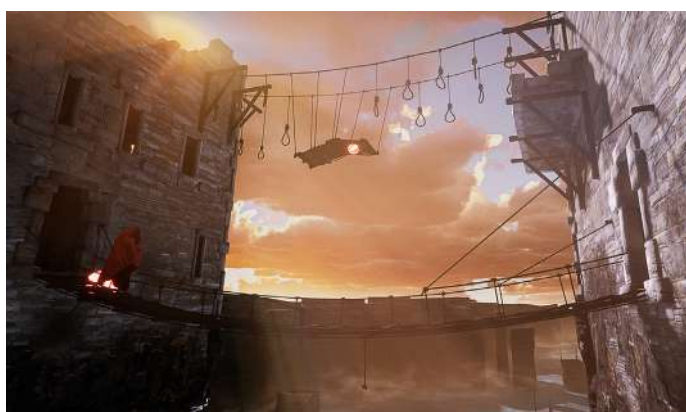
**E**l 5 d'abril de 2018 vaig llançar Infernium simultàniament per a Nintendo Switch, PS4 i PC. Infernium és un videojoc de terror en primera persona amb pinzellades del gènere "survival horror" i un disseny de nivells interconnectat i vertical, tal com acostumen a tenir els títols "Souls-like". Un dels punts forts de Infernium és la seva simplicitat en quant a les accions que el jugador/a pot dur a terme (només pot fugir), però també la gran quantitat d'opcions que en deriven d'una sola. El joc exigeix reajustar la teva estratègia constantment i resoldre trencaclosques mentre et persegueixen insaciablment. Tot i que la majoria d'enemics són més lents que el teu personatge, fugir cap endavant mai és la solució. Has de concentrar-te i explorar mentre evites que t'atrapin. Tot això està pensat per generar ansietat i una inquietud constant. No es tracta d'un joc de terror basat en els ensurts, sinó en sentiments més complexos i, al meu parer, elegants. No és un títol per a tots els públics però, si t'agrada el gènere, ho passaràs tan malament com mai ho has experimentat.

La idea de Infernium neix a Apo Island (Filipines). Un amic i jo estàvem a punt de realitzar la nostra primera immersió i teníem força por i nervis. No obstant això, una vegada sota l'aigua, la meua ment em va fer una jugada que em va encantar: En comptes de preocupar-se pel que veia (és a dir, tot allò que habitava darrere la foscor que no podia il·luminar amb la meua llanterna), el meu subconscient em va obligar a relaxar-me i preocupar-me només fins on arribava la llum. En el moment en què vaig comprendre aquesta situació, se'm va acudir la idea de crear un videojoc de terror on podies veure els enemics perfectament i que, en comptes de patir ensurts des de la foscor, el terror el provocaria la sensació d'haver-los d'enfrontar constantment. Durant aquesta mateixa immersió, convençut per la bellesa de l'oceà nocturn, vaig tenir una altra idea: l'infern havia de ser bonic. A l'hora d'experimentar la crueltat de la jugabilitat, el jugador/a sentiria més inseguretat en un entorn bonic que en escenaris que ja generen per si sols desconfiança, com ara una mansió fosca, vella i plena de teranyines.



El desenvolupament de Infernium es va allargar aproximadament un any, dedicant-li exclusivament 4 dies de treball a la setmana. El primer prototip va néixer en sis mesos, mentre que el desenvolupament artístic va requerir tres mesos. Els últims tres mesos els vaig dedicar només per realitzar les versions de consola, ja que era la primera vegada que m'hi enfrontava i no tenia massa clar els processos, sobretot tenint en compte que ho havia de fer amb dues consoles diferents a la vegada (PS4 i Nintendo Switch).

Tot el desenvolupament va anar bastant sobre rodes excepte una fase molt concreta. La creació del mapa del joc va ser immensament tediosa a causa de la verticalitat i la interconnexió. Volia que fos perfecta i vaig decidir dedicar-li moltes hores al començament per tenir-ho tot lligat i no haver de reconstruir més endavant. Va ser molt difícil, per exemple, dissenyar nivells en els quals el jugador pogués entrar tant pel principi com pel final i que s'adaptessin a les habilitats concretes que havia adquirit el personatge. Per sort, va funcionar a la perfecció i la versió final no va tenir cap canvi destacable en aquest aspecte.



### EL QUE HA ANAT BÉ

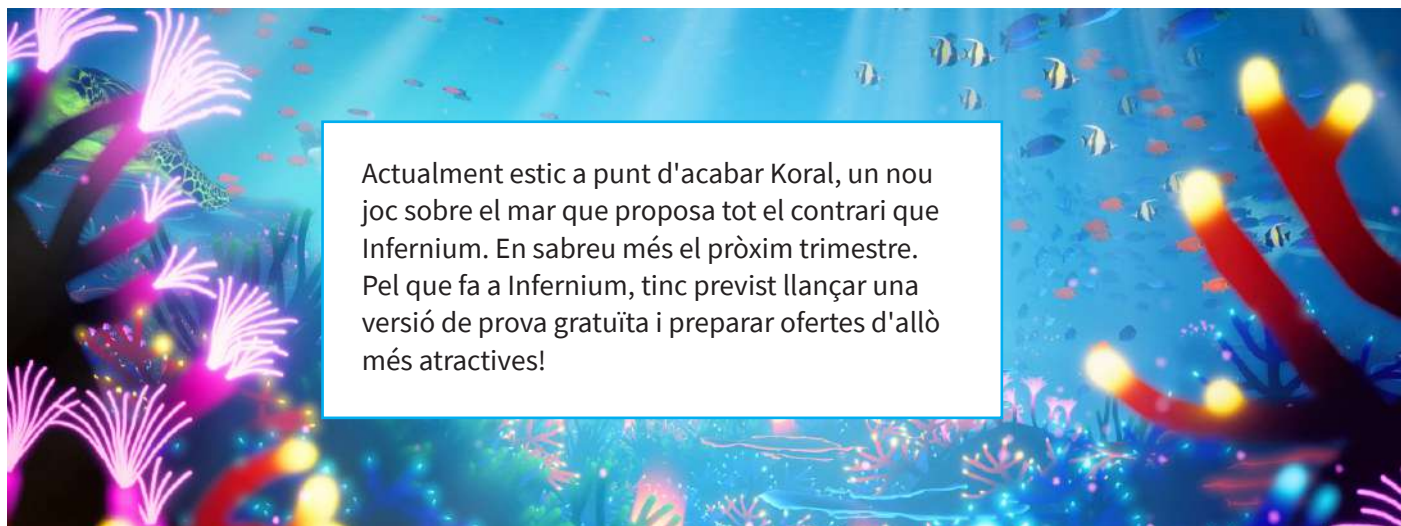
L'expectativa era vendre 20.000 còpies durant el primer any i ja hem arribat a les 30.000, així que Infernium ha estat un èxit!

Un punt que ha sortit molt bé va ser arriscar-se. En comptes de crear un joc que pogués agradar a la majoria, vam dirigir-nos a un públic molt específic que va respondre molt positivament.

### EL QUE PODRIA HAVER ANAT MILLOR

Quan vaig decidir crear un videojoc d'aquest estil, també vaig assumir que arribarien ressenyes negatives. Tot i això, no agrada veure el teu joc completament maltractat només perquè el gènere no és del gust del o la periodista.

Per sort, també va ocórrer a l'inversa. N'hi ha moltes de 9 i 10 gràcies a aquesta radicalitat!



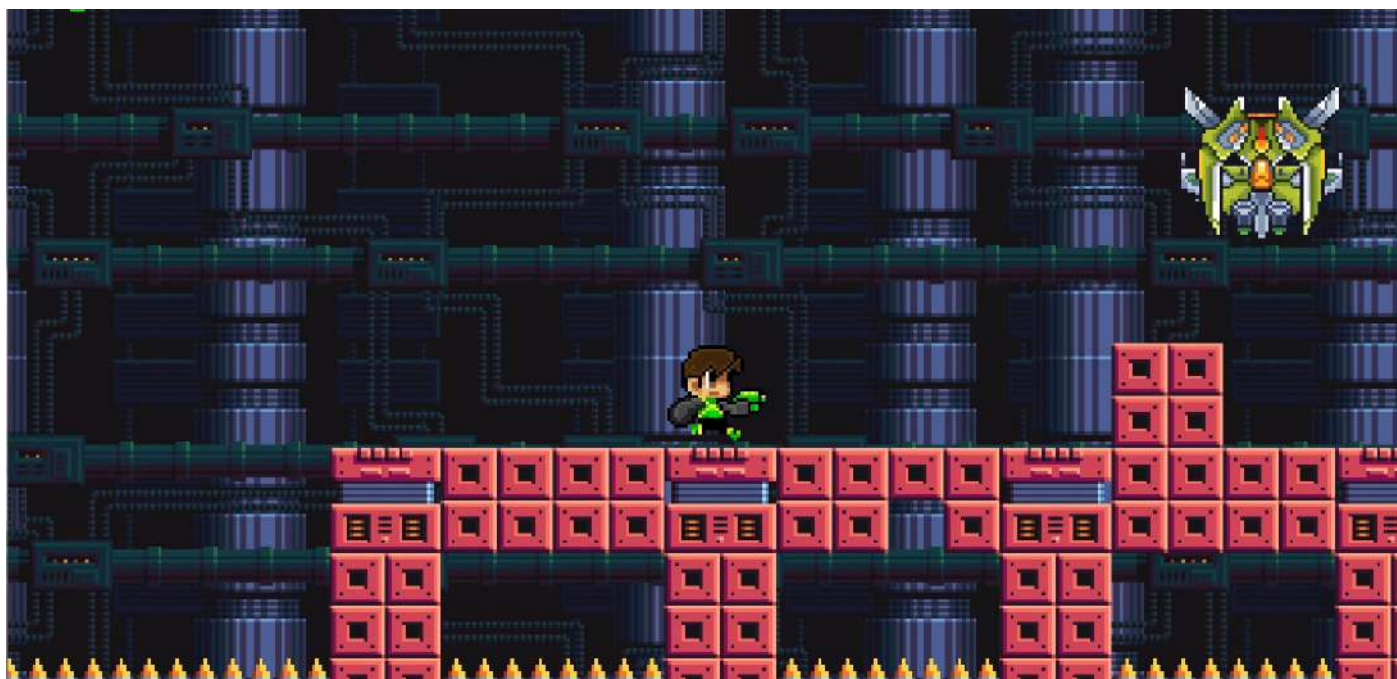
Actualment estic a punt d'acabar Koral, un nou joc sobre el mar que proposa tot el contrari que Infernium. En sabreu més el pròxim trimestre. Pel que fa a Infernium, tinc previst llançar una versió de prova gratuïta i preparar ofertes d'allò més atractives!



# V.O.I.D: REMEMORANT AMB MODERNITAT ELS MILLORS PLATAFORMES DELS 8 I 16 BITS



**ROGER MITATS VALLVÉ**  
@rogermitats



**E**ls videojocs independents són cada vegada més importants dins del sector. Estan sorgint títols d'una gran qualitat que fins i tot s'imposen a grans superproduccions. Avui tenim una sorpresa amb segell català per als fanàtics i fanàtiques del gènere de plataformes, sobretot si vaui viure les èpoques dels 8 i 16 bits. Aprofitant el recent llançament per a Nintendo Switch, us descobrim V.O.I.D, de l'estudi barceloní Nape Games. V.O.I.D és un títol d'aventura i acció de desplaçament lateral que ens narra la història d'un futur distòpic en el que la humanitat ha evolucionat mitjançant la fusió amb la tecnologia, donant vida a una nova raça: els PLOIDS. No obstant això, el planeta és atacat per uns alienígenes que sotmeten a tothom qui es troben al

seu pas. Un parell de PLOIDS anomenats Alpha i Omega hauran de viatjar a través del temps per recollir trossets d'unes pedres sagrades que ens permetran crear les armes necessàries per derrotar als invasors i tornar la pau al planeta.



Així doncs, podrem escollir entre dos personatges: l'Alpha es caracteritza per una major mobilitat, velocitat i capacitat de saltar més, donant-nos un millor control de l'acció

que veiem en pantalla. Per contra, és molt fràgil i només aguanta un atac de l'enemic. En canvi, l'Omega no es mou tant bé, però duu una arma de foc que ens permetrà atacar i defensar-nos millor. Així doncs, segons el personatge que escollim, la jugabilitat s'inclinarà més cap a un estil Run and Gun o un plataformes pur.

A més a més, el joc ens portarà per unes rutes o unes altres depenent de si controlem l'Alpha o l'Omega, aconseguint diverses experiències de joc que reforcen la rejugabilitat. Visitarem moltes èpoques i territoris com ara el Japó feudal, l'edat glacial o el món medieval, agrupant més de 50 nivells. Cadascuna tindrà les seves particularitats, amb mecàniques diferents que implicaran reformular la manera de jugar.

Tot i que parteixen clarament d'una estètica pròpia dels 8 i 16 bits que inspira nostàlgia, visualment va força més enllà gràcies l'ús d'un motor gràfic actual. Segur que ho notareu en detalls com ombres, reflexos i sprites, els quals aporten un toc de modernitat molt ben integrat dins de la base retro. Cal destacar també els fons de molts escenaris, també amb una estètica pixel art realment atractiva. Com no podia ser d'una altra manera, la banda sonora es basa en peces chiptune força enganxoses i s'adapta segons l'escenari on juguem, mentre que alguns efectes de so recorden a clàssics com Mega Man o Metroid.

Per altra banda, l'estudi ha introduït moltes picades d'ullet que us trauran un somriure, sobretot si sou de la vella escola. Per exemple, les converses i dissenys d'alguns personatges tenen un munt de referències que us recordaran a alguns altres populars personatges de ficció, així com alguns elements dels escenaris (segur que identifiqueu plataformes que associeureu a l'instant amb Super Mario Bros.) Finalment, un detall que ens ha agradat molt és que, si voleu carregar un nivell o partida guardada, haureu de recórrer al ja oblidat sistema de contrasenyes, molt comú durant els anys 80.



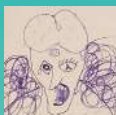
## CONCLUSIÓ

V.O.I.D és un videojoc molt ben parit, amb mecàniques interessants, visualment molt aconseguit i moments divertits. Si sou de la vella escola, sentireu la nostàlgia de l'època dels 8 i 16 bits. Si sou nova generació, és una bona ocasió per endin-sar-s'hi gràcies a les adaptacions modernes que l'estudi hi ha combinat sense trencar l'essència. Recomanat tant si busqueu un repte com si voleu passar una bona estona. El podeu jugar tant a PC com a Nintendo Switch (la portabilitat li escau com anell al dit) per un preu d'escàndol (3,99€).



# AUTORIES

Resseguint la pista dels creadors més únics de l'escena mundial



MestreTITES  
@mestreTITES

## Kellee Santiago Jenova Chen

EMOCIONANT LA INDÚSTRIA

**S**empre m'han atret en desmesura aquells títols que s'allunyen de les tendències imperants i més comercials. D'un temps ençà, sembla que tota producció original i trencadora ha de dur l'etiqueta d'indie; com si pel simple fet d'haver creat un joc comptant amb pocs recursos, existís una garantia innegable de qualitat insòlita i atípica. Alhora, no pas tots els títols AAA ens presenten les mateixes dinàmiques, gèneres o estètiques, trobant-hi tresors únics, com les sagues NieR o BioShock, entregues de gran profunditat i molt

al marge de les superproduccions de la indústria.

De tant en tant però, certes veus pretenen arribar encara més lluny, trastocant l'escena fins a punts inimaginables. Això és el que sempre han fet la desenvolupadora Kellee Santiago i el seu col·lega, en Jenova Chen, ambdós fundadors de l'empresa ThatGameCompany. Per tal d'apamar com cal aquestes dues autories, cal fer context i entendre com el seu estudi arriba a l'èxit per què se'l va conèixer entre les acaballes dels 2000 i els primers anys d'aquesta dècada.





Kellee Santiago neix a Caracas el 1979, però la seva família no trigarà a emigrar a Richmond, als Estats Units, on experimentarà amb aparells informàtics i, és clar, amb videojocs; de fet, el seu pare, enginyer de programari, sempre l'encoratjà a seguir per aquest camí. Ben aviat, la Kellee s'adonà què era el que més l'atreia dels videojocs: la transmissió d'emocions, idees i sensacions; d'aquí la seva passió per les arts escèniques.

Idò, malgrat que el teatre serà la seva primera via formativa, sense deixar l'àmbit digital mai de banda, aterrarà a la Universitat del Sud de Califòrnia (USC) el 2003 per tal de realitzar un màster d'interactivitat en mitjans i programaris. En poc més d'un semestre, restarà fascina pel disseny de videojocs, esdevenint la seva especialitat. Serà aquí, a la USC, on els camins de na Kellee Santiago i en Jenova Chen s'encreuaran.



El 1981, a Xangai, hi neix en Xinghan Chen, tot i que d'ençà dels seus primers anys d'institut serà més conegut per Jenova, referència al títol de culte Final Fantasy VII, el qual adorava. El seu pare també era un expert informàtic, per això des de ben petit s'assegurà que en Jenova es formés en programació i sistemes informàtics. A diferència de na Kellee adolescent, no l'interessava massa tot allò, sinó les arts plàstiques i audiovisuals. El cinema i la pintura li agradaven especialment, trobant en el disseny digital una expressió a mig camí entre els ordinadors i l'art, sobretot pel que fa a certs videojocs. Títols com Ico o Shadow of the Colossus són alguns dels exemples que en Jenova utilitza per a il·lustrar la seva idea de videojoc, és a dir, una obra d'art o mitjà d'expressió on la competitivitat o fins i tot la trama són secundàries.

**El més important per en Jenova i la Kellee sempre ha estat l'emotivitat que pot transmetre un videojoc, el que et pot arribar a fer sentir.**



A partir d'uns petits minijocs creats per en Jenova sota aquesta premissa durant el seu primer període universitari a Xangai, aconseguiren despertar l'interès de gegants de la indústria cap a la USC.

Finalment, SONY va invertir en la universitat i, de retruc, s'emportaren la seva beca, tot permetent el desenvolupament del seu primer títol conjunt: Cloud. Inspirat en la infantesa d'en J. Chen, que passà llargs períodes hospitalitzat pels seus problemes d'asma, Cloud és un joc de lògica i trencaclosques on un nen tancat a una clínica somnia en volar pels cels i controlar els núvols. La resposta fou immensament positiva, sobretot pel que fa a la comunitat de jugadors, que trobaren en el videojoc una veritable joia capaç d'emocionar i entretenir

a parts iguals. Cloud va arribar a trencar la barrera que separa els gamers d'aquelles persones que mai han provat un videojoc, commovent com ho podria fer qualsevol film, il·lustració o peça d'art. La Kellee i en Jenova ho havien aconseguit: desenvoluparen un títol que transmetia sensacions sense gairebé contingut, només amb una estètica poètica i una jugabilitat gairebé onírica.

El 2006, recol·lectant èxit arreu i amb SONY ben alerta, tots dos fundaren ThatGameCompany, centrant-se en aquest principi de jugabilitat emotiva i sensorial. El primer títol sota el segell de l'estudi serà fLOW, inicialment un títol en flash i que havia d'acompanyar el treball de tesi d'en J. Chen i que acabà sent estilitzat per SONY. Trac-

tant-se d'un joc molt més relaxat i harmoniós, però a la vegada sense gaire càrrega emotiva, els fundadors i el seu nou equip no podien deixar de pensar a refer Cloud; en Jenova Chen, però, no n'acabava d'estar del tot convençut, sobretot per l'estima que sentia pel joc i sobretot perquè, un cop llençat al mercat, SONY en seria l'empresa propietària, tal i com indicava el contracte que totes dues empreses van signar.

Així, es decidiren per un títol de to similar: Flower. Aparentment més simplista pel que fa a la trama, Flower va marcar un pas interessant pels dos creadors, remarcant el preciós disseny i la jugabilitat senzilla. Només restava posar tot allò après a la pràctica, sumant-hi la interactivitat i col·laboració entre jugadors connectats en línia.



Fins al 2012 no s'enllestí el que serà el videojoc per excel·lència de ThatGameCompany: Journey. En aquest títol el jugador no és representat per un ésser inanimat, tornàvem a un personatge antropomòrfic, tot i que no del tot humà, aquesta vegada amagant una trama estranya, de caràcter gairebé mitològic, que se'ns va presentant a mesura que anem explorant l'immens món de Journey. Al llarg de l'aventura toparem amb altres jugadors en línia, tot i que no podem saber el seu usuari ni comunicar-nos-hi directament, fent-ne més atractiva la interacció i la idea de «joc social.»

En Jenova i la Kellee per fi van aconseguir sorprendre, no només als jugadors, també al gruix de la indústria i la comunitat artística, recollint fins a cinc premis BAFTA de l'Acadèmia Britànica d'Arts Audiovisuales, Cinema i Televisió el 2013, incloent-hi el de millor videojoc i major assoliment artístic.



Avui, la Kellee Santiago segueix pel seu camí, allunyada de fa anys de ThatGameCompany, però trencant més motllos que mai com a assessora dins la indústria indie i gran defensora dels videojocs com a expressió artística. En Jenova Chen, tot i haver viscut dificultats gegantines per assegurar la supervivència de l'estudi, sembla haver retornat amb una nova entrega, anomenada Sky. El joc només es troba disponible per dispositius iOS, però des de l'any passat que hi treballen de cara

a un llançament multiplataforma. Sembla que Sky pren tot el que va fer únic Journey, ampliant-ho i centrant-se molt més en la col·laboració amb altres jugadors, tot adobat amb uns gràfics i un disseny preciosistes, dels millors dins la llibreria de jocs d'Apple. Desitgem a aquestes dues grans veus un llarg i pròsper viatge pels cels digitals, demostrant com els motlles que imposa la indústria del videojoc (fins i tot la indie) sempre es poden trencar de les millors maneres.





# L'ART DEL VIDEOJOC



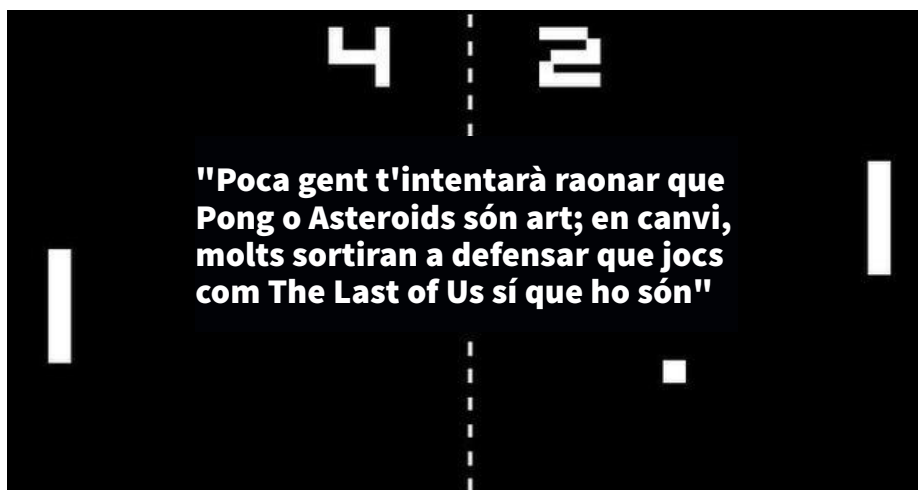
VÍCTOR PEDREÑO - GRIMORIO OF GAMES

@HiboshiV @GrimorioG

**A**rquitectura, escultura, pintura, música, dansa, literatura, cinema... I videojoc? Aquest últims anys el debat de si els videojocs poden ser considerats art o no torna a estar en actiu, fins i tot (i més que mai) entre els propis desenvolupadors. No són poques les vegades que, entre cerveses i refrescos, ho he discutit amb companys, en ocasions durant hores. El que ve a continuació és només la meua opinió, forjada després de temps de discussions amb gent que de ben segur en sap més que jo.

Què és l'art? Si ens deixem de definicions post-modernistes del "tot s'hi val" en les que qualsevol activitat humana és art depèn de com es miri, l'art sempre s'ha entès com un procés creatiu que apel·la als sentits i emocions humanes, on l'artista principalment busca expressar-se i, secundàriament, enviar un missatge. L'art entès com a vehicle per a la comunicació d'idees.

Em sembla força curiós com aquest debat sobre si els videojocs són art o no agafi més força com més "bonics" o "realistes" es van fent els videojocs. Poca gent t'intentarà raonar que Pong o Asteroids són art; en canvi, molts sortiran a defensar que jocs com The Last of Us sí ho són. Un videojoc és un sistema formal. Com tots els jocs, té regles, unes condicions de victòria i unes de derrota. Aquest és el llenguatge del videojoc, el que anomenem jugabilitat o gameplay. No és molt diferent a un joc de taula com poden ser el parxís o els escacs, sols que al no



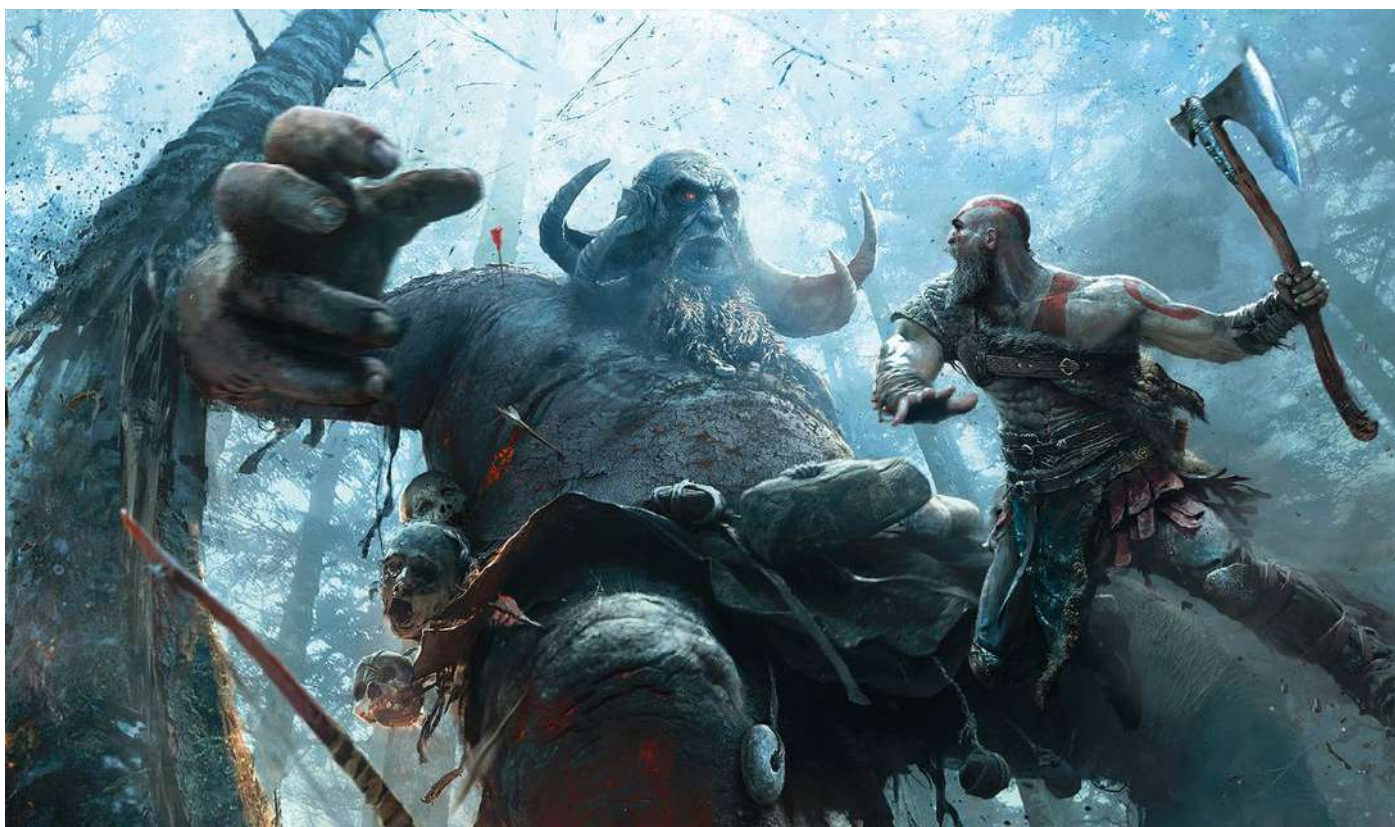
estar "limitats" pel món físic hi ha molta més llibertat a l'hora de dissenyar nous jocs.

**"Si despullem un videojoc, ens queda la jugabilitat, les regles. Podem expressar un sentiment mitjançant regles? Per suposat, la resta d'arts ho fan. S'està fent? En la grandíssima majoria de videojocs, rotundament no"**

Cadascuna de les arts té el seu llenguatge, també: La música té les escales, les figures, les notes. La pintura té les composicions, els colors, les formes. La dansa el moviment, la postura del propi cos del ballarí. Tot això s'utilitza com les paraules per formar una frase, per a expressar un sentiment de l'artista, o comunicar un missatge a un espectador. Fins i tot arts més "noves" com el cinema tenen aquest llenguatge propi,

encara que es recolzin en altres arts (és a dir, altres llenguatges) per reforçar el seu missatge. Quan veiem una pel·lícula, el guió (literatura) i la banda sonora (música) ens ajuden a ficar-nos en situació, a entendre millor el que està passant, a sentir certes coses de forma més directa. Però si despullem la pel·lícula d'aquests recursos i fem una pel·lícula muda (sense diàlegs ni so) els plànols, les seqüències d'escenes, els talls... tot això encara és capaç de transmetre'ns un missatge, d'expressar el que l'autor, l'artista, volia fer arribar al públic.

Si despullem un videojoc dels seus gràfics (il·lustració/pintura, escultura, fins i tot arquitectura), guió (literatura), banda sonora (música) i cutscenes (cinema), què ens queda? La jugabilitat. El conjunt de regles que formen el joc. Podem ser capaços d'expressar un sentiment mitjançant regles? Per suposat, la resta de les arts ho fan (encara que amb més llibertat). S'està fent? En la grandíssima majoria de videojocs, rotundament no.



Actualment, en la majoria de casos el "missatge" que un joc transmet és portat exclusivament per aquests llenguatges "accessoris" al que hauria de ser el llenguatge principal en un joc, la jugabilitat. Què té a veure la història de l'últim God of War (2018) i el seu missatge final sobre la paternitat, amb un joc d'anar matant "bitxos"? Si no hi hagués diàleg, música o vídeos durant el joc ens haurien arribat d'alguna forma? Les parts de jugabilitat només s'utilitzen com a vehicle entre escena i escena. En el cas de God of War això es fa de forma magistral, però no deixa de ser el que és. I això passa en gairebé la totalitat dels videojocs.

Ara mateix, per mi, els videojocs no són art: són un suport per l'art. El veritable art, el que transmet el missatge, són els gràfics, la música i les cinemàtiques. El joc és un expositor per a aquest art. No és gaire diferent a un llibre d'il·lustracions: les il·lustracions que conté són el veritable art, el llibre només és la forma de presentar-ho.

De la mateixa forma que no diem que el joc de Magic the Gathering és



art només perquè les cartes contenen il·lustracions que podrien estar a qualsevol museu, o que el parxís és art perquè el tauler és molt bonic, jo crec que tampoc ho podem dir dels videojocs que no utilitzen la seva jugabilitat com a forma primària d'expressió.

El videojoc com a mitjà té un gran potencial per transmetre sentiments. Els mamífers (sobretot, també certes aus) aprenem mitjançant el joc, i la interactivitat dels videojocs pot obrir moltes portes de cara a noves experiències. Així, com a dissenyadors, millor que no releguem la jugabilitat a un mer interludi entre vídeo i vídeo. Fem que sigui la pròpia jugabilitat la que tingui pes, que sigui el llenguatge principal amb el que ens comuniquem amb el jugador. Potser ho aconseguim, potser fracassarem i hauré de delegar la part artística del videojoc en altres àrees com fins ara. Sigui com sigui, el que és innegable és que el videojoc ja forma part de la nostra cultura i és cultura en sí mateix. I això em sembla més important que catalogar-lo o no com a art.



# CHERNOBYLITE

UN PASSEIG PER LA CIUTAT RADIOACTIVA



**XE QUIN PASME**  
[@XeQuinPasmе](#)

**A** principis de febrer s'obria al públic la web oficial i la pàgina a Steam de Chernobylite, un survival horror en primera persona desenvolupat per The Farm 51 (Painkiller Hell & Domination, DeadFall Adventures, Get Even, World War 3), una companyia que s'ha especialitzat en shooters i alguns videojocs de terror psicològic.

Chernobylite ens posarà en la pell d'un home que sembla que torna a la ciutat fantasma de Txernòbil, obsessionat en trobar la seva dona perduda... O, si més no, alguna pista sobre ella. Aquest plantejament ens recorda força al de Silent Hill 2 però, en aquest cas, hi haurà un component més distorsionador de la realitat, com les al·lucinacions, amb l'objectiu de fer més confusa i misteriosa la trama. Crida l'atenció el recorregut de la companyia, The Farm 51, ja que han tingut experiència en un parell de títols vertaderament enfocats al terror. Encara que no van ser títols amb molta repercussió mediàtica, ens reconforta saber que ja tenen una trajectòria en aquest tipus de subgènere.





Veient els vídeos que els seus creadors han anat penjant setmanalment a la xarxa, sembla que s'ho estan prenent de debò i que no són un estudi petit. Denota que hi ha molta feina al darrere, ja que han visitat enclavaments de la Txernòbil real i han utilitzat la fotogrametria per reproduir zones en 3D. La fusió d'animació amb actors i llocs reals en algunes seqüències del videojoc és una de les particularitats que més expectatives ha generat.

L'ambientació estarà assegurada i, a més d'escapar de les molt probables abominables mutacions que ens trobem al pas, possiblement també tinguem puzzles a resoldre. A més a més, comptarem amb un equip d'anàlisi amb el qual podrem estudiar els diversos materials que ens trobem durant l'aventura, o la possibilitat de construir-ne de propis.

Amb tot això, crec que és de justícia recordar que no és la primera vegada que hem pogut passar por a un videojoc en primera persona basat en Txernòbil. Realment, la temàtica Txernòbil és idònia per a un joc de terror. Ja fa més d'una dècada, vam poder gaudir d'una experiència similar amb S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl (GSC Game World, 2007). En aquest cas, però, l'estil va ser més proper al d'un shoot em up d'aventura de món obert que al d'un videojoc de supervivència i terror. No volem dir que fos un mal joc, al contrari! S.T.A.L.K.E.R.: SoC ens va oferir unes partides frenètiques, tenses i una ambientació molt ben aconseguida que el va ajudar a ser un dels millors títols de PC del seu temps. Una llàstima que -personalment- a la trama li mancava profunditat. Per ser breus: de Txernòbil només en tenia el nom.

Evidentment, és massa aviat per parlar amb fonament sobre Chernobylite però, pel que s'està mostrant, sembla que no serà el típic survival horror indie que còpia les mecàniques clàssiques del gènere i tant estan proliferant últimament. Aquest podria esdevenir un gran survival horror i posar-se a l'altura de jocs de característiques similars com la saga Metro (encara que ha deixat el terror molt de banda) o situar-se a les línies "paranoico-tètriques" d'un Silent Hill.

De moment, el joc promet bastant, però no podrem assegurar-ho amb certesa fins que puguem provar-lo la pròxima tardor. Sense saber data concreta, arribarà a PlayStation 4, Xbox One i PC-Windows.



# POKÉMON ESPASA I ESCUT: EL RESSORGIR DE LA SAGA?



NINTENHYPE.CAT

@NintenHypeCat @FranDS58

**E**l Pokémon Direct del passat 27/02/2019 que Nintendo va emetre per sorpresa poc després del Direct general va desembocar en el somni de qualsevol amant de la saga: tenir notícies i imatges en moviment de la vuitena generació i, per tant, deixar ja una mica de banda els "spin-off" per donar pas a la continuació de la línia de jocs originals. Agafeu el vostre equip d'entrenadors/es i embarquem-nos en l'aventura de Pokémon Espasa i Pokémon Escut, títols amb un llançament previst per a finals d'aquest 2019, sense una data concreta.



Tot i les especulacions que apunten a noves entregues d'estil "Let's Go" de generacions posteriors, el remake de la quarta generació, la possibilitat d'una nova entrega de Mystery Dungeon o altres idees més boges fruit del desig comunitari, la presentació ens mostrarà unes breus pinzellades de la regió de Galar, un territori inspirat en el Regne Unit (fins i tot hi ha referències directes als grans monuments o edificacions del país, com el Big Ben o el London Eye) del que cal destacar tres pilars fonamentals: la grandària, la varietat de zones i el nivell de detall. És, potser, un dels títols de la saga en els que tindrem més localitzacions a visitar tot i tenir un fil argumental tradicional, com és derrotar als líders de gimnàs (ara "Gym Masters") de les diverses ciutats o pobles mentre capturem totes les criatures per acabar convertint-nos en cam-

REDISENY  
PUNITAT



pions/es de la Lliga Pokémon. Línia puritana que agradarà sobretot al públic de tota la vida.

Tot i això, com a signe distintiu de nova aventura, la regió de Galar serà un potent motor de la indústria. Al tràiler vam notar una compenetració total entre Pokémon i humans per tal d'impulsar aquest sector i desenvolupar tota una nova forma de vida al voltant de la industrialització i la construcció, sense deixar de banda el sentiment místic i espiritual que tant caracteritza la saga. No us preocupeu: sembla que les ruïnes i les inscripcions mitològiques que fan referència a éssers llegendaris estaran "escampades" arreu del continent i tindran un pes interessant en el desenvolupament de la història. De moment, però, no sabem quin serà el seu grau d'impacte en l'argument del joc, així que caldrà esperar per poder lligar caps.



Si la història ens farà retornar als clàssics, preparem-nos per reviure també les mecàniques i la jugabilitat d'entregues anteriors. El rol, mesclat amb els combats per torns amb altres entrenadors/es mentre les nostres criatures preferides guanyen nivell i aprenen nous moviments, segueix intacte. També tornen els combats aleatoris amb els Pokémon salvatges; no els veurem de forma integrada sobre l'herba i els terrenys com a Let's GO. Pot suposar un pas endarrere havent vist algunes evolucions interessants amb aquest concepte però, per què canviar una fórmula que ha dut la saga a l'èxit?

Per altra banda, si alguna cosa ha marcat tots els títols des del primer que es va llançar el 1996 és el trio de Pokémon inicial del qual podem escollir-ne un a l'inici de l'aventura perquè sigui el nostre primer acompanyant de l'aventura. En aquesta ocasió, Game Freak ens presenta a Scorbunny (un conill de tipus foc), Sobble (un llangardaix de tipus aigua) i Grookey (una mena de mico de tipus planta). No s'han revelat encara les seves segones ni terceres evolucions (però sí algun altre Pokémon de passades generacions com

Pikachu o Lucario). A hores d'ara, flueix la imaginació amb "fan-arts" rocambolescos però amb certa dosi de realisme.

Set minuts es poden fer escassos, però la comunitat ja s'ha encarregat d'analitzar-los exhaustivament i desgranar les possibles característiques ocultes. Si bé es fa evident que



s'està parant molta atenció al detall i a l'evolució dins la tradició, certa part del públic ha posat en dubte les novetats fins al punt de considerar-lo, per exemple, molt inferior gràficament a Pokémon Let's Go o situant-lo gairebé al mateix nivell de rendiment de Pokémon Sol i Lluna de Nintendo 3DS. Cal recordar, però,

que es tracta d'un títol encara en desenvolupament i que qualsevol afirmació en fals pot catapultar un remolí de crítiques sense fonament. Tingueu-ho present si llegiu certs comentaris queixant-se, per exemple, de la buidor dels escenaris. Res més lluny de la realitat: veritats "a mitges" construïdes a partir de 7 minuts de primera ullada al joc. Les poques imatges en moviment que s'han pogut veure ens presenten uns territoris i elements detallats i plens de vida, amb una especial intencionalitat d'atanament cap al realisme però amb l'estil tan característic de la saga. Els mateixos Pokémon gaudeixen d'una re-masterització interessant; tot i partir dels models de Let's GO, les ombres i una nova paleta de colors els doten d'un toc de dibuix animat del qual caldrà seguir l'evolució. A més, sembla com si les animacions dels combats i dels atacs dels Pokémon s'hagin recreat per fer-les més veraces, però encara és aviat per parlar amb seguretat d'aspectes tan tècnics. En qualsevol cas, és un gran anunci i no tingueu cap mena de dubte en què causarà un impacte molt important en la trajectòria de Nintendo Switch.



# GPD XD: LA LLIBERTAT EN FORMA DE CONSOLA



OLDSCHOOLGAMES.CAT

@OldschoolgamesC



**H**i ha una consola al mercat que és una meravella i que mereix més reconeixement. Dit ràpid i malament, la GPD XD és una tauleta de sistema Android, amb comandament integrat i d'aspecte molt similar al de la Nintendo 3DS. Tot i això, aquesta descripció no li fa gaire justícia, així que analitzem-la amb més detall.

A primer cop d'ull és força atractiva estèticament. Sembla robusta, amb unes dimensions i pes més que correctes. Si l'obrim com faríem amb una Nintendo 3DS, el primer que crida l'atenció és la seva pantalla de 5 polzades amb una resolució de 1280x720 HD, aconseguint una nitidesa extraordinària. A la meitat inferior hi trobem els controls, els altaveus i alguns botons propis d'una tauleta. La distribució us recordarà a la del comandament de la Xbox360, amb uns botons relativament petits, però als que són fàcils d'acostumar-s'hi. Amb la consola tancada, a la part superior, se situa la ranura per carregar-la, l'entrada d'auriculars, una ranura per introduir una targeta microSD de fins a 128GB i la connexió més suculent que qualsevol consola portàtil pot tenir: una sortida Mini HDMI i HDMI! Sense paraules, ja us explicarem més endavant les sensacions que proporciona.

I on és la màgia? Perquè l'heu de comprar? Doncs

perquè et dona la llibertat absoluta de jugar amb un munt d'emuladors carregats de jocs, a més de l'immens catàleg de Google Play, on vulguis, quan vulguis, de manera ràpida i senzilla. A banda de jugar, amb la GPD XD pots gravar quan vulguis (òbviament no és una funció de la consola, sinó dels emuladors, però a la pràctica és el mateix) i fer captures de pantalla com si fos un telèfon mòbil. I això per a mi és molt important; m'agrada tenir un record del joc que he jugat i/o que m'he passat. Tornem a parlar de la sortida Mini HDMI i HDMI. Imagineu-vos que esteu jugant al Cadillacs and Dinosaurs a la vostra GPD XD, amb una imatge nítida i perfecta, amb un so brutal i penseu: "coi, ara em ve de gust seguir la partida a la televisió, tranquil·lament, des del sofà". Doncs ho pots fer. I funciona a la perfecció! La imatge sortirà per ambdues pantalles per defecte, però no és cap inconvenient; és una passada!

Per acabar-ho d'adobar, a banda de poder connectar la consola a la televisió, hi ha la possibilitat de connectar un segon comandament i jugar dues persones alhora sigui on sigui! S'apropa al concepte de la Nintendo Switch, tot i que t'ho dona tot més mastegat. Amb la GPD XD t'has de buscar una mica la vida (comprar els cables corresponents, mirar quins comandaments són compatibles...), però realment no és gens complicat.

No cal dir que, com a tauleta Android que és, podreu fer servir totes les aplicacions típiques com ara Youtube, Twitter, Telegram, navegador, etc. Per descomptat, també dels jocs d'Android, que es juguen i es veuen la mar de bé. És cert que els jocs que són tàctils (sí, la pantalla és tàctil!) són una mica incòmodes de jugar, així com els que requereixen posar-la en vertical, però la gran majoria els podreu jugar en horitzontal; reorganitzes els controls com sigui més còmode (si és necessari) i funcionaran de meravella. Així doncs, tal com acabo d'explicar, un dels botons que trobarem és el de configurar controls; per a cada ocasió podreu organitzar segons les teves preferències on vols que correspongui cada botó dins de la pantalla.



I no he parlat dels emuladors! Gaudiràs com un marrec, ja que li pots instal·lar de tot. Pensa en qualsevol consola de fa uns quants anys que tingui emulador i us garanteixo que funcionarà a la GPD XD. Super Nintendo, Megadrive, Game Boy, Game Boy Color i Advance, Game Gear, Master System, PSP, MAME, etc. Els únics que potser no funcionen gaire fins són els emuladors de Playstation i Game Cube (alguns jocs funcionen correctament, altres no... qüestió d'anar provant), mentre que el de N64 és una mica especialet de posar a to. La resta no donen cap problema, tot i que sempre hi haurà algun joc que no funcioni.

Pel que fa a preus, tenint en compte tot el que ofereix, considero que és una molt bona compra, ja que ronda els 170 euros. També depèn de la capacitat de la consola (la meua, per exemple, és blava amb 32GB). És cert que com que no és d'una marca de renom pot fer-vos dubtar de la pròpia màquina i el seu funcionament, però us asseguro que més que una despesa és una inversió en llibertat.

Resumint, tenim una consola portàtil que fàcilment es pot connectar a la televisió i gaudir-la com si fos de sobretaula. Fàcil de configurar, molt personalitzable, amb totes les prestacions d'una tablet, amb un so i una imatge brutal, una bateria que dura una barbaritat d'hores, savestates, screenshots... què més voleu?

### ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES

Pantalla H-IPS de 5" amb resolució 1280×720 HD

2GB de RAM i fins a 64GB d'emmagatzematge

Processador Rockchip RK3288, 4 nuclis Cortex A57

Bateria de 6.000mAh

Processador gràfic Mali T-764 a 600MHz.

Micròfon, doble altaveu, WiFi



# Nintendo Direct

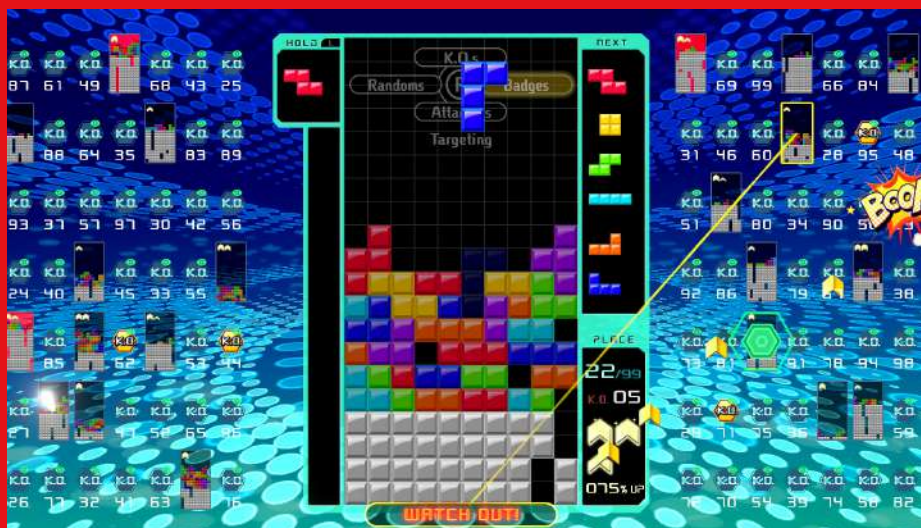


**D**esprés d'uns mesos escassos de novetats, Nintendo va remuntar amb un gran Direct ple de grans anuncis i detalls de les novetats que arribaran a Nintendo Switch durant els pròxims mesos. La primera sorpresa va ser l'anunci de Super Mario Maker 2, obra que li ve com anell al dit a la consola gràcies a la portabilitat. Aquesta nova entrega, prevista per a mitjans de juny, serà encara més completa i amb més possibilitats de disseny gràcies a personatges, objectes i mecàniques noves. Sense temps ni per respirar, ens van bombardejar amb informació de diversos títols ja coneguts: Marvel Ultimate Allies, Super Smash Bros. Ultimate, una interessant actualització de Captain Toad, un gameplay de Bloodstained, Dragon Quest

Builders 2 i Dragon Quest XI S. A continuació, va aparèixer un dels pesos pesants. Vam conèixer la història de Fire Emblem: Three Houses; ens posarem en la pell d'un professor que li tocarà escollir una de les tres grans cases de Fóldan: les àligues negres, els lleons blaus o els cérvols daurats seran la nostra base per preparar el nostre propi exèrcit a partir del 26 de juliol. També hi va haver temps per anunciar grans videojocs dels quals no en sabíem res. Ens van sorprendre amb l'anunci de Rune Factory 4 i 5. Amb un tràiler ben estrany, es va llançar el primer capítol de Deltarune, un nou títol gratuït dels creadors d'Undertale. Tampoc van faltar grans obres de terceres empreses com pot ser Grid, Hellblade, Mortal Kombat 11, Unravel 2, AC III remastered...







Per altra banda, Nintendo sempre anuncia alguna cosa que ens deixa amb els ulls com unes taronges. Com ja us podeu imaginar la majoria, es tracta de Tetris 99, un battle royale basat en partides del mític Tetris. No, no és broma. Tot i que sembla una ximpleria i va provocar molts mems, és un títol únic i extremadament divertit. Compartirem sala amb 98 persones que ens voldran empènyer cap al game over; guanya qui aguantí més dins la partida!

El Direct estava a punt d'acabar i ja no sabíem què esperar. Qualsevol cosa podia sortir a les nostres pantalles i marcar la trajectòria d'aquesta meitat d'any. Així va ser fins a l'últim segon. Platinum Games va aparèixer amb Astral Chain, un joc de rol de caràcter futurista amb món obert (o això sembla) que ens situarà a Ark, una multitudinària ciutat que haurem de salvar d'unes bèsties que sorgiran d'uns portals dimensionals ben misteriosos fent ús d'un munt d'armes i equipaments. Pel que sembla, les cadenes que porten els protagonistes jugaran un paper vital en la lluita. L'equip que hi està involucrat és d'un renom i una qualitat excepcional: Masakazu Katsura (famos mangaka japonès i creador de Zetman), Takahisa Taura (dissenyador de NieR: Automata) i Hideki Kamiya com a supervisor (Bayonetta, Viewtiful Joe i The Wonderful 101).



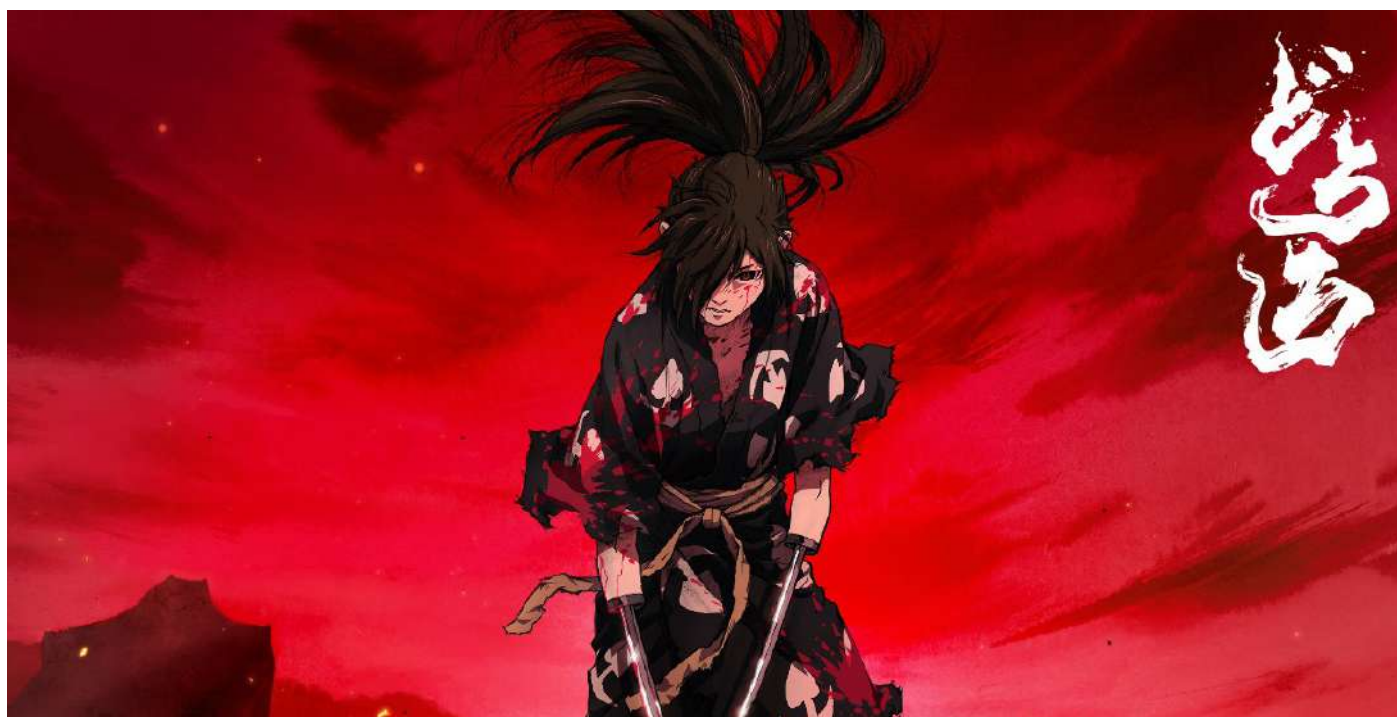
El llistó estava molt alt, però notàvem que faltava alguna cosa. Potser Animal Crossing? Pokémon? Una nova franquícia? Un mar embogit i un vaixell tripulat per un sol aventurer ens va fer saltar de la cadira. The Legend Of Zelda: Link's Awakening arribarà a Nintendo Switch amb una versió adaptada. Tornarem a l'illa Koholint amb un motor gràfic renovat i probablement amb afegits interessants.



# DORORO: UNA HISTÒRIA ENTRANYABLE AMB ESPASES, DIMONIS, SAMURAIS, SANG I FETGE



TADAIMA.CAT  
@tadaima\_cat



**C**om llegiu al títol, Dororo ho té tot. Es tracta d'un anime històric que ens porta al passat, a una època on la llei de l'espasa governava per damunt tot. Ara bé, oblideu tot el que vau aprendre amb obres com Rurouni Kenshin, Samurai Champloo o Sengoku Basara, ja que l'estil de Dororo és únic. Aquesta adaptació a l'anime del manga d'Osamu Tezuka té un gran potencial. Només amb 24 capítols ja ens ha ofert una espèllada de tot el que pot arribar a ser. Dororo ens porta la història de dos personatges de l'època sengoku; per un costat la Dororo, una nena solitària que un bon dia es troba amb un noi a la vora del riu anomenat Hyakkimaru que és capaç

de derrotar un dimoni ell tot sol. En veure-ho, decideix acompanyar-lo en la seva aventura fins al punt de considerar-lo el seu aniki (honorífic de germà gran).

Entorn d'aquests dos personatges es forja una història amb un objectiu comú: eliminar tots els dimonis perquè el Hyakkimaru recuperi el seu cos. I és que el Hyakkimaru és un personatge molt peculiar: va néixer sense extremitats, sense òrgans i sense rostre!

Per què un dels nostres protagonistes pateix aquest destí? Què va fer per tenir el cos d'aquesta manera? Doncs el motiu és que el seu pare, amb ànsies del poder polític de la regió, va fer un pacte amb els dimonis i a canvi va entregar el seu fill

acabat de néixer, el qual va abandonar en una barca al riu.

Però en Hyakkimaru va sobreviure i ara viatja juntament amb la Dororo per recuperar el que és seu. A mesura que va recuperant el seu cos, es va tornant més humà i això l'afecta com a guerrer. Com s'anirà humanitzant? Quins sentits recuperarà més aviat i què li aportarà les noves coses que pugui veure, escoltar, enumerar o sentir?

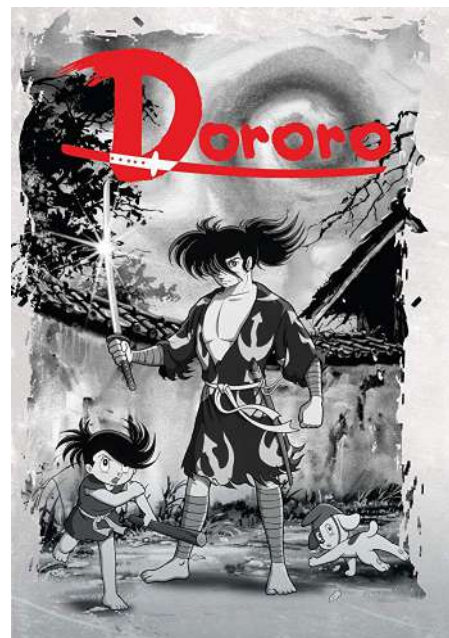
La història ens presenta com a co-protagonistes la Dororo i en Hyakkimaru, però el punt de vista de la narració se centra en la Dororo, que és qui ens posa en context, qui ens dóna opinió sobre els fets que van passant i omple el silenci d'en Hyakkimaru.



Quan parlem de Dororo hem de tenir en compte que l'obra original és un manga publicat entre 1967 i 1968. Tot i això, l'adaptació a l'anime, a càrrec de l'estudi MAPPA, ens duu un anime amb una història moderna. En conjunt, acaba semblant una història contemporània, com si no haguessin passat gaires anys de la seva publicació.

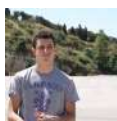
Tot això és gràcies a un guió ben adaptat que s'ha polit molt i que ha resultat en una història atemporal. A més a més, la increïble animació de MAPPA crea unes atmosferes úniques i càlides al costat de moments de batalla desoladors amb un estil de dibuix que rememora el passat però alhora segueix la tècnica i qualitat actual. Amb aquesta combinació tan ben executada, Dororo crea una història que t'atrapa. És cert que la trama es desenvolupa molt lentament, però a poc a poc sap com mantenir la teva atenció i voler saber-ne una mica més. Dororo és un d'aquests animes que lentament

et van enganxant i que no veus que t'encanta fins que comences a pensar únicament en què torni a ser dilluns per veure un nou capítol. Pel que fa a l'apartat musical, cal destacar l'opening "Fire", molt més que encertat, a càrrec de Ziyooou-vachi, un grup de rock japonès de Kobe que ha compost aquesta gran peça expressament per a Dororo. Si ens fixem en el repartiment de veus, curiosament trobem que els dos personatges principals estan interpretats per dos germans a la vida real. De moment, poca cosa podem dir d'en Hyakkimaru, ja que encara no l'hem pogut escoltar, però pel que fa al paper de Dororo, Suzuki Rio ens ofereix una interpretació plena de llum i humanitat. Tot i que ja ens ha regalat grans moments, estem segurs que Dororo encara ens pot sorprendre molt. Només podem esperar el següent capítol setmana rere setmana per anar unint les peces, tal com el Hyakkimaru fa amb el seu cos.





# LA IDEOLOGIA DELS VIDEOJOC



XAVI MOGROVEJO

@xavi\_mogrovejo



Tota obra d'art està realitzada sota una situació política determinada. Una sèrie de condicions són les que justifiquen el motiu de la seva creació i delimiten els extrems als quals vol arribar amb el seu missatge. La ideologia no només forma part dels videojocs, sinó que aquests també tenen la capacitat de promoure'n de diferents i donar la volta a la truita per oferir al jugador punts de vista alternatius sobre la realitat. L'exemple més són els videojocs bèl·lics, sobretot amb els que estan centrats en la Segona Guerra Mundial. El principal precursor d'aquest esdeveniment històric és la saga **Call of Duty**, amb un únic objectiu formal: endinsar al públic en la guerra més brutal que ha viscut la humanitat i fer-lo partícip de com els aliats van alliberar Europa de la dictadura nazi, construint el seu guió al voltant de les principals batalles, com el desembarcament de Normandia o l'arribada a Berlín. Els americans estructuren el joc al voltant de les grans gestes que el seu exèrcit va aconseguir enfrontant-se a l'Alemanya de Hitler, deixant de banda la resta d'aliats i mostrant-se a ells mateixos com els veritables salvadors d'Europa. De fet, en guanyar la guerra, gairebé imposaven veure llargmetratges amb esperit capitalista arreu del món, transmetent que són els únics que poden donar l'experiència a qualsevol persona, sigui d'on sigui, de sentir-se un soldat americà més. Perquè,

segons Call of Duty, ser un soldat americà és el millor que hi ha. L'expressió màxima d'aquest sentiment anti-feixista a favor dels EUA és la saga Wolfenstein, reviscuda recentment per Bethesda, on ens posem a la pell del soldat B.J. Blazkowicz per exterminar de la manera més gore i violenta possible (a l'estil d'Eli Roth a Inglorious Bastards) a tot nazi que se'ns creui per davant.



Aquest capitalisme es veu reflectit sobretot als primers 'The Sims', un videojoc de simulació que planteja la vida envers el capitalisme. L'estil de vida nord-americà on el que importa és tenir un lloc de feina important, una casa amb jardí i piscina, un gos, una dona i dos fills. No és possible sortir-se d'aquests esquemes dins del videojoc perquè, sinó, els personatges s'estanquen i no avancem.

Hi ha altres videojocs que proposen una manera diferent de veure la Segona Guerra Mundial. **Battlefield V** ofereix al jugador la possibilitat de viure els combats que sempre han quedat en segon pla, com Noruega o el nord d'Àfrica. Zones on els videojocs bèl·lics no han parat mai molta atenció. El motiu? Probablement perquè fins ara aquests jocs centrats en la Segona Guerra Mundial sempre havien estat plantejats des de la perspectiva del bàndol dels EUA. Gràcies a Battlefield V, l'ideologia plantejada a Call of Duty queda reduïda a zero. DICE, la companya encarregada del videojoc, posa el focus de la seva història en el cooperativisme i en la diversitat de soldats aliats que van participar en la segona gran guerra. Mostrant que les dones també van participar en la lluita contra les forces de Hitler, i que, sobretot a França, no només van combatre homes blancs, també negres que varen donar les seves vides per derrocar la dictadura.



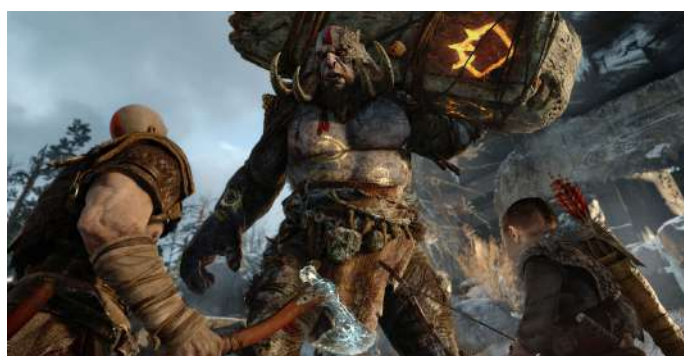
Tot i que Battlefield V és dels pocs que ha tingut el valor suficient per mostrar que a Europa hi van lluitar homes de totes les ètnies (que no fossin nord-americans) aquestes ideologies, a vegades, també poden sortir malament i acaben deixant a l'aire possibles lectures més polèmiques. Pocs mesos abans de l'arribada d'Obama a la Casa Blanca, Capcom va llançar **Resident Evil 5**, una continuació de la franquícia de survival horror per excel·lència dins del gènere que transportava als protagonistes a l'Àfrica per enfrontar-se, un cop més, al virus que transforma a les persones en zombi. Resident Evil 5 va aixecar polseguera entre el públic pel fet d'incloure només infectats negres i que l'únic objectiu del joc fos exterminar-los. ¿Volia Capcom transmetre algun tipus d'ideologia racista en primera instància? Segur que no, però el missatge és allà, amb totes les lectures que pot comportar la decisió: veure l'home blanc com a conqueridor absolut del continent africà.

Metro: 2033, Metro: Last Light i Metro: Exodus materialitza el malson dels soviètics en què els nazis (camuflats sota un nom diferent) sotmeten al seu poble en un futur no molt llunyà. I amb la conquesta dels alemanys arriben un seguit de monstres que obliguen als russos a haver d'amagar-se sota terra, perquè les condicions a la superfície són nefastes per a viure. El feixisme porta la mort i la destrucció del poble, i les persones que el promouen són més que encarnacions de monstres que mai hauríem pensat que podrien existir més enllà dels contes de fantasmes. **Metro** s'atreveix a donar-li forma a aquesta ideologia terrorífica sense necessitat de situar-la dins d'un context purament bèl·lic i a estructurar un discurs a favor del comunisme.





La religió també hi té cabuda. Més enllà de l'espectacle sanguinari amb el qual està construït, **God of War** li dóna una volta a la concepció occidental sobre els Déus i els despulla perquè el jugador pugui veure la cara oculta que s'amaga darrere de la bondat que diuen tenir: els Déus es riuen de nosaltres. S'ho passen bé mentre ens veuen morir i ens fan servir com a marionetes per al seu entreteniment etern. Mitjançant la figura mítica de Kratos (un soldat grec fill de Zeus), Santa Monica Studio converteix les creences "sanes" cap a la mitologia grega i ara nòrdica amb l'última entrega de la saga, en una espiral de dolor canalitzat a través del personatge espartà. God of War converteix a tots els Déus en monstres sense sentiments que només fan que dir-nos a nosaltres, els seus suposats fills, mentides per mantenir dins nostre un raig d'esperança mentre continuen amb la tortura. La nostra missió? Exterminar a tots els Déus per tal que el protagonista pugui descansar tranquil. En altres paraules: el bon Déu és el Déu mort.



"Per tant, encara que fins ara haguem vist casos que s'ajustin en la mesura del possible a la nostra realitat, els videojocs, de la mateixa manera que el cinema fantàstic, també fan representacions metafòriques d'ideologies en clau de fantasia, ciència ficció o terror, donant peu a que el jugador pugui conèixer o explorar mons totalment desconeguts però plens d'idees"



Però més enllà de la fantasia i els punts de vista alternatius, si hi ha quelcom que els videojocs promouen més que res és el **consumisme**. I més actualment. Els micropagaments són una peça indispensable per a un videojoc multijugador que vulgui triomfar mínimament dins del mercat i moltes empreses es veuen gairebé obligades a incorporar-los. Per no parlar del contingut descarregable que incorporen alguns d'ells, fent que el jugador s'hagi de comprar, no només el videojoc en si, sinó també tot aquest contingut addicional que li permeti completar l'experiència en la seva totalitat. Els jocs de telèfon mòbil són els més perillosos en aquest sentit, perquè la quantitat a pagar és molt baixa i sense adonar-se el consumidor gasta una quantitat important, com ara el Clash of Clans, Clash Royale o Candy Crush Saga. I aquí s'hi sumen els coneguts com **"pay to win"** (pagar per guanyar), videojocs que premien als jugadors que s'hi gastin diners en adquirir millors habilitats o equipament per guanyar als que no hi paguen, encara que la seva habilitat deixi molt a desitjar. Ara mateix, el mode estrella que té el consumisme en auge és el battle royale, on mana Fornite per sobre de qualsevol rival.





**AMB EL CODI: T19**  
**WWW.RSGAMES.ES**



## RESIDENT EVIL 2 THE BOARD GAME

Submergeix-te en la última aventura cooperativa del survival horror per excel·lència amb el joc de tauler "Resident Evil 2: The Board Game". Escull un personatge i endinsa't als carrers infestats de Raccoon City. Unitats limitades!



## PELUIXOS DE FINAL FANTASY

Square Enix celebra els 30 anys de la saga Final Fantasy amb una línia limitada de pel·luchos d'alta qualitat. Comprova a la nostra web si hi és el teu personatge preferit!



## FINAL FANTASY TCG OPUS VIII

Arriba a RSGames el nou Opus VIII de Final Fantasy TCG. La última entrega de la mà de Square Enix presenta 148 noves cartes amb les seves corresponents d'estil hologràfic. Completa i perfecciona les teves baralles o col·lecciona-les totes!



# ELTECNOLÒGIC

**DIRECCIÓ I DISSENY:** Roger Mitats Vallvé (@rogermitats)

**CAP DE CONTINGUTS:** Sergi Palacios Caimons (@SergiPalacios)

@revistecnologic

[www.eltecnologic.cat/](http://www.eltecnologic.cat/)

## COL·LABOREN



@NintenhypeCat



@XeQuinPasme



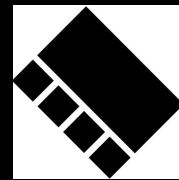
@FedCatCR



@OldschoolgamesC



@Tadaima\_cat



@GrimorioG

## SUPORT I AGRAÏMENTS

PLATA  
FORMA  
PER LA  
LLENGUA



Generalitat de Catalunya  
**Institut Català**  
de les Empreses Culturals